

Manual de uso para licenciatarios



Normativas básicas

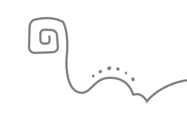


Introducción

El sistema de identidad visual del Perú es la base sobre la que se construye su imagen de marca.

La aplicación rigurosa de los lineamientos contenidos en el presente manual asegura el correcto mantenimiento de la identidad visual de la marca, así como su certero reconocimiento en cada una de sus apariciones.

Siguiendo estas normativas, los mensajes serán consistentes, cohesionados y claros, y contribuirán al éxito de la marca.



Posicionamiento

"Para gente con intereses, inquietudes, pasiones, el Perú es un país singular que posee en abundancia atractivos, bienes y oportunidades que son escasos en el mundo logrando despertar en quienes se acercan a él nuevos intereses y el deseo de adentrarse cada vez más.

Ofrece propuestas singulares a la medida de los intereses particulares. El Perú es un país que estimula: los sentidos, por su desbordante e inusual diversidad natural; el intelecto, por su rica diversidad cultural y los negocios, por su variada gama de oportunidades, acompañada por una orientación pro-empresarial.

De manera que la persona obtiene productos de inversión, turísticos y de exportación especializados, y siente que ha descubierto un lugar exuberante que alimenta su espíritu de aventura e iniciativa, y que quien se acerca al Perú por un tema, en el camino descubre un país que siempre ofrece más de lo que se esperaba (cuantitativa y cualitativamente, racional y emocionalmente)."

Perú es POLIFACÉTICO

El Perú es como un diamante. Rico, brillante, facetado. Y uno elige desde qué lado comenzar a mirarlo.

Perú es ESPECIALISTA

El Perú es experto, porque ha cultivado invaluables saberes específicos. Y es especial porque sus atractivos, productos y oportunidades son singulares, inusuales, escasos en el mundo.

Perú es CAUTIVADOR

Quien se acerca al Perú descubre siempre más de lo que esperaba. El Perú cautiva y transforma por lo impactante de sus dones, su gente, sus oportunidades

Atributos de marca

Los atributos diferenciales de la marca Perú son los que la distinguen del resto de los competidores. Son los que han guiado la creación de la nueva identidad visual y los que queremos que nuestras audiencias reconozcan cada vez que tomen contacto con nuestra marca.

Los atributos deben guiarnos en cada aparición de la marca. Es por eso que resulta de fundamental importancia respetar las normas contenidas en este manual, para garantizar una correcta transmisión de aquellos rasgos que nos hacen diferentes, únicos e inimitables.

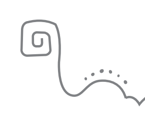


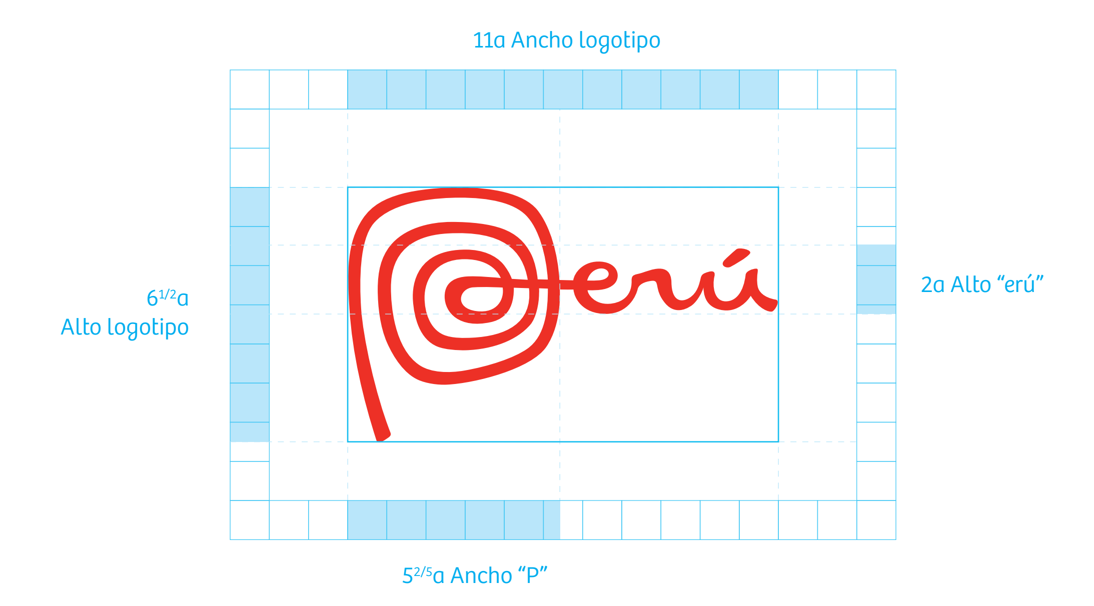
Elementos básicos

Los elementos básicos que conforman la identidad visual son un conjunto de útiles gráficos que serán utilizados de acuerdo a reglas específicas.

La marca Perú está compuesta por un elemento:

Logotipo: Es la expresión visible de la marca, es la forma gráfica del nombre, diferenciado por estilo tipográfico y color, y ha sido especialmente dibujado, por lo cual es imprescindible respetar su morfología para no distorsionar sus características. El logotipo no debe ser utilizado como texto ni debe crearse una tipografía a partir del mismo.





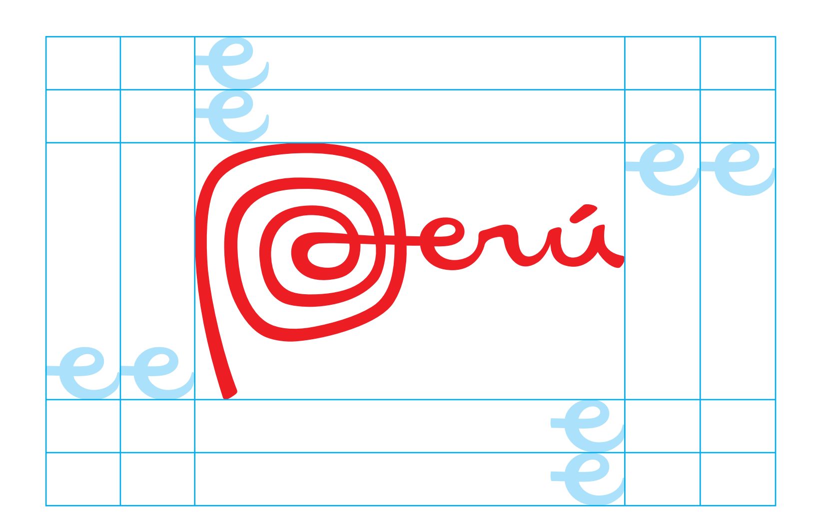
Construcción

En la presente cuadrícula se muestran las relaciones entre elementos y su disposición en el plano. Dichas relaciones no podrán ser modificadas ni alteradas, a fin de conservar intacta la identidad visual de la marca.

Especificaciones

El gráfico de la presente página ha sido construido a partir de módulos que subdividen la totalidad de la marca en partes iguales, a la vez que indican qué proporción ocupa cada elemento. Los elementos deberán mantener siempre las relaciones que les han sido asignadas.

Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar la marca a partir de un documento digital original.





Resguardo y tamaño mínimo

Cuanto más espacio exista alrededor de la marca, mayor será su impacto y su preeminencia. Para asegurar que este efecto no se vea nunca comprometido, aquí se establece cuál es el espacio blanco mínimo o área de resguardo que deberá respetarse en su aplicación. De este modo se evitará que la marca se vea invadida por elementos que le son ajenos.

Respetar el área de resguardo es de vital importancia para preservar el impacto y el valor de la marca.

Para no dificultar la lectura y/o disminuir la pregnancia de la marca, sus aplicaciones reducidas deben respetar un tamaño mínimo que se expresa en la presente página.

Especificaciones

El área de resguardo de la marca es equivalente a la altura de 2 de la letra “e” de la palabra Perú, tanto en sus márgenes izquierdo y derecho como en su parte superior e inferior.

El tamaño mínimo admitido para la aplicación de la marca es de 1 cm de extensión y su correspondiente proporción vertical.






Versión de uso preferencial positiva



Versión de uso preferencial negativa



Versión de uso preferencial positiva



Versión de uso preferencial negativa

Versiones de color: rojo y negro

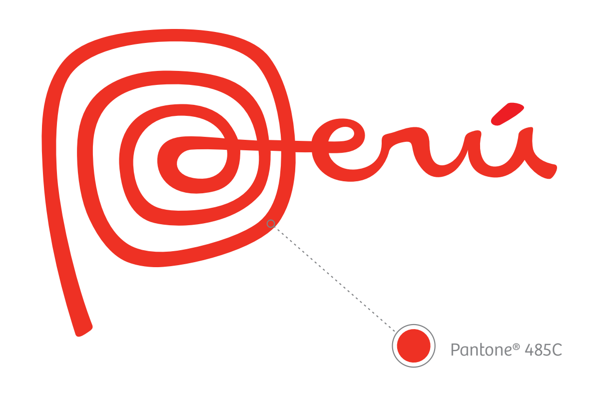
El color es un elemento de soporte importante en la identidad del Perú, ya que los colores institucionales permiten distinguir comercialmente a la marca.

La marca puede ser aplicada en 2 versiones de color, que también pueden ser reproducidos por cuatricromía (CMYK).

Los colores institucionales pueden servir como elementos de identificación cuando sean usados de forma independientemente.

Para conservar sus atributos de identidad intactos, la reproducción de la marca deberá realizarse siempre utilizando los colores especialmente seleccionados para Perú.

En esta página se presentan tanto la versión color de uso preferencial positiva y negativa de la marca, así como la versión secundaria (negro) de la misma.



Versión color positiva preferente

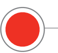
En la presente página se establece la versión color positiva de la marca con sus correspondientes equivalencias para ser reproducida tanto utilizando tintas especiales como por cuatricromía (CMYK).

Esta versión es de uso preferencial, por lo que deberá ser aplicada con mayor frecuencia que las versiones secundarias.

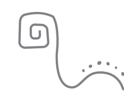
Equivalencias

Pantone® 485C

C0 M100 Y100 K0 R213 G43 B30



Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar la marca a partir de un documento digital original.





Versión color negativa preferente

En la presente página se establece la versión color negativa de la marca con sus correspondientes equivalencias para ser reproducida tanto utilizando tintas especiales como por cuatricromía (CMYK).

Esta versión es de uso preferencial, por lo que deberá ser aplicada con mayor frecuencia que las versiones secundarias.

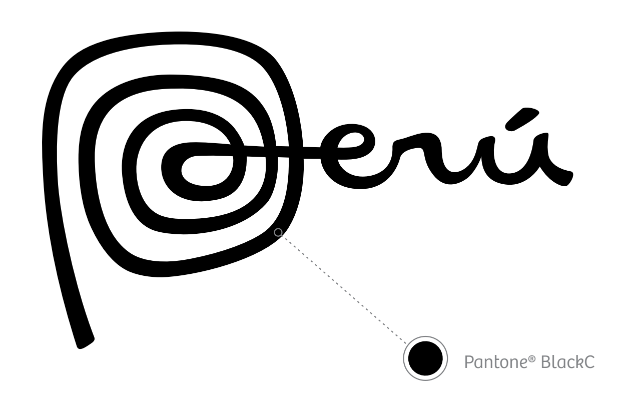
Equivalencias

Pantone® 485C

C0 M100 Y100 K0 R213 G43 B30



Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar la marca a partir de un documento digital original.



Versión blanco y negro positiva

En la presente página se establece la versión blanco y negro positiva, para su utilización en sistemas de reproducción que no permitan el uso de colores.

Equivalencias

Pantone® BlackC

C100 M100 Y100 K100 R110 G50 B25



Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar la marca a partir de un documento digital original.





Versión blanco y negro negativa

En la presente página se establece la versión blanco y negro negativa, para su utilización en sistemas de reproducción que no permitan el uso de colores.

Equivalencias

Pantone® BlackC

C100 M100 Y100 K100 R110 G50 B25

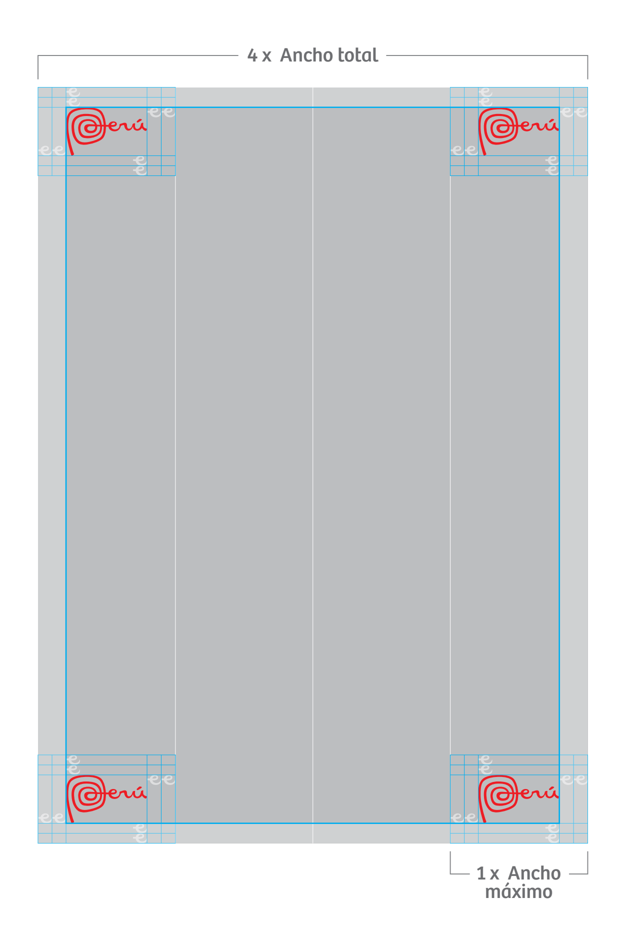


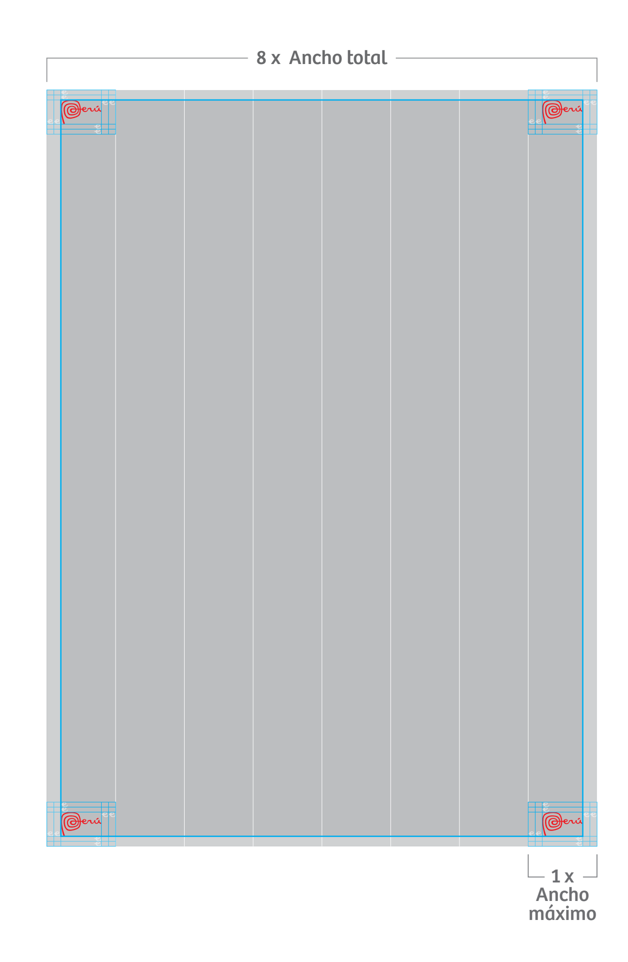
Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar la marca a partir de un documento digital original.

Cuadrícula
La creación de la cuadrícula tiene el propósito de facilitar a los licenciatarios la ubicación del logo de la marca Perú. Su ubicación y tamaño correcto crearán una consistencia de uso, logrando mostrar su función especifica:
Sello como parte de su comunicación.

Sello
Es un cierre con un propósito de impacto visual dentro de su comunicación.
Mantener una consistencia en su posición, color y tamaño nos ayudará a mantener el reconocimiento y definición de la marca a favor del licenciatario.

Posicionamiento y proporciones: Cuadrícula y Sello





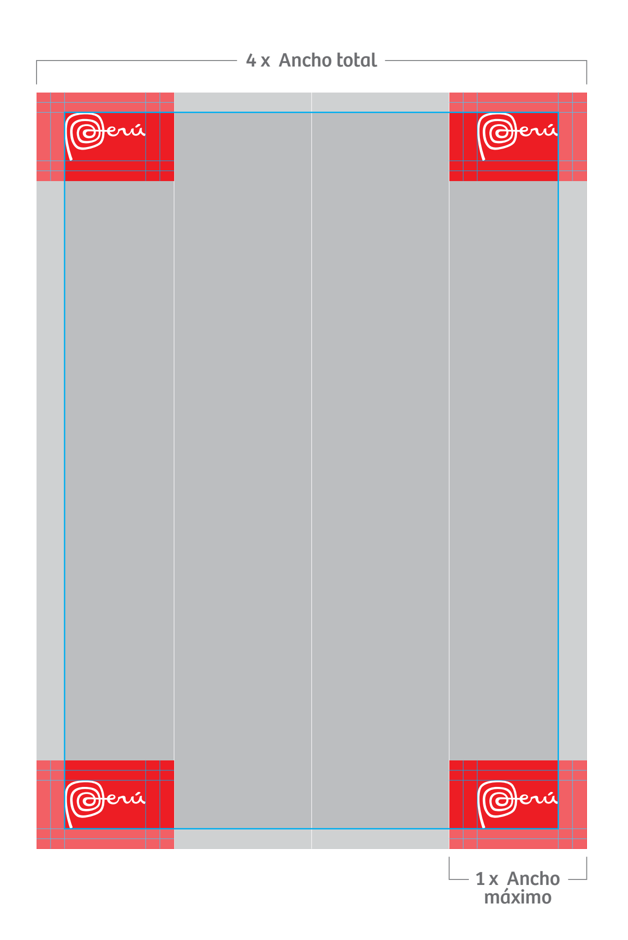
Uso correcto de la cuadrícula de 4x y de 8x versión formato vertical estándar

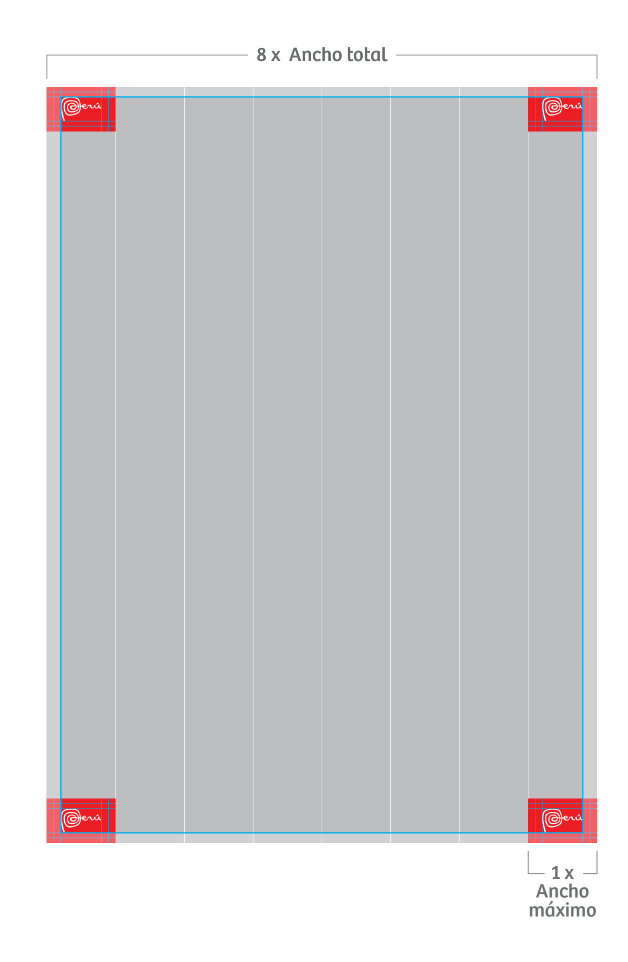
La creación de una cuadrícula le permitirá definir el tamaño correcto del logo de la marca. De acuerdo al objetivo de su comunicación y/o arte, se podrá elegir el tamaño del logo de la marca.

Cuadrícula de 4x significa que el ancho del arte y/o comunicación se dividirá en 4 partes iguales de manera vertical, para poder obtener la proporción adecuada del logo.

Cuadrícula de 8x significa que el ancho del arte y/o comunicación se dividirá en 8 partes iguales de manera vertical, para poder obtener la proporción adecuada del logo.





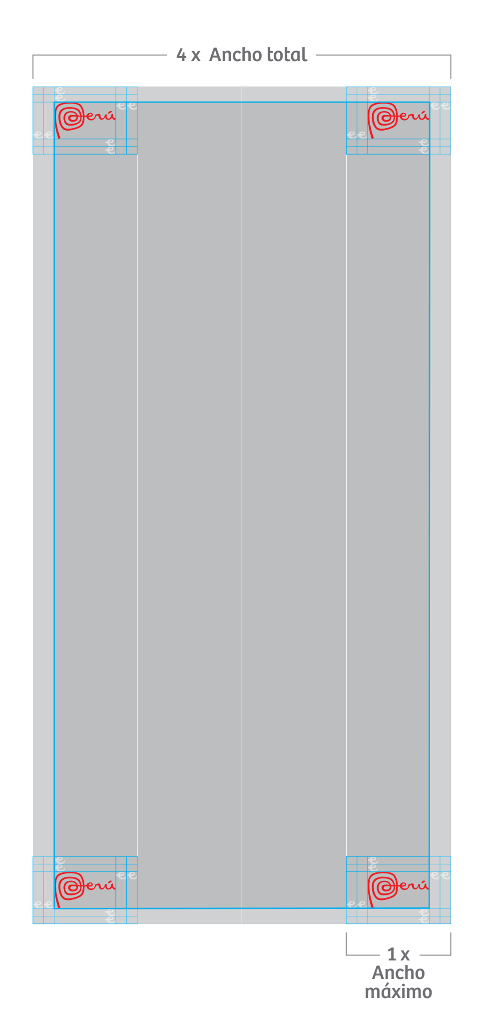


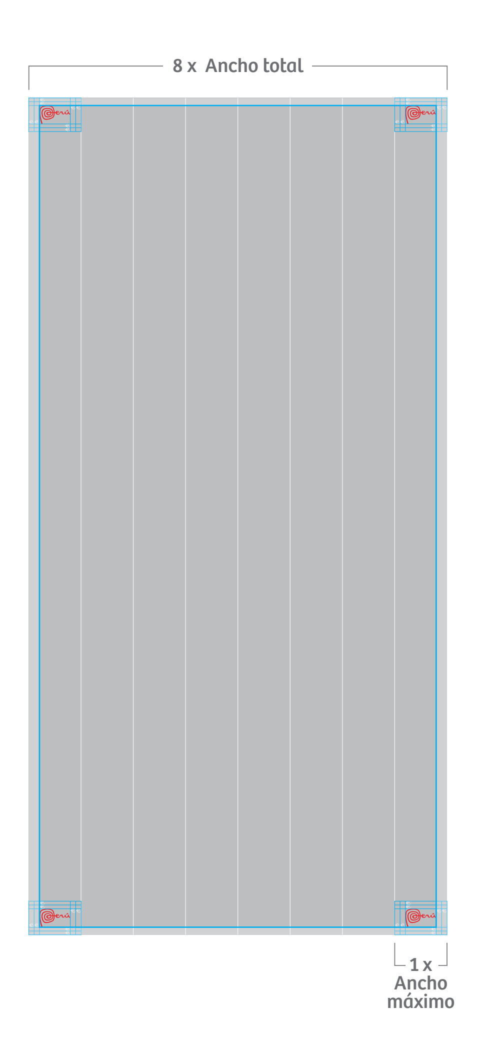
Uso correcto de la cuadrícula de 4x y de 8x con logo en negativo

La creación de una cuadrícula le permitirá definir el tamaño correcto del logo de la marca.
De acuerdo al objetivo de su comunicación y/o arte, se podrá elegir el tamaño del logo de la marca.

Cuadrícula de 4x significa que el ancho del arte y/o comunicación se dividirá en 4 partes iguales de manera vertical, para poder obtener la proporción adecuada del logo.

Cuadrícula de 8x significa que el ancho del arte y/o comunicación se dividirá en 8 partes iguales de manera vertical, para poder obtener la proporción adecuada del logo.





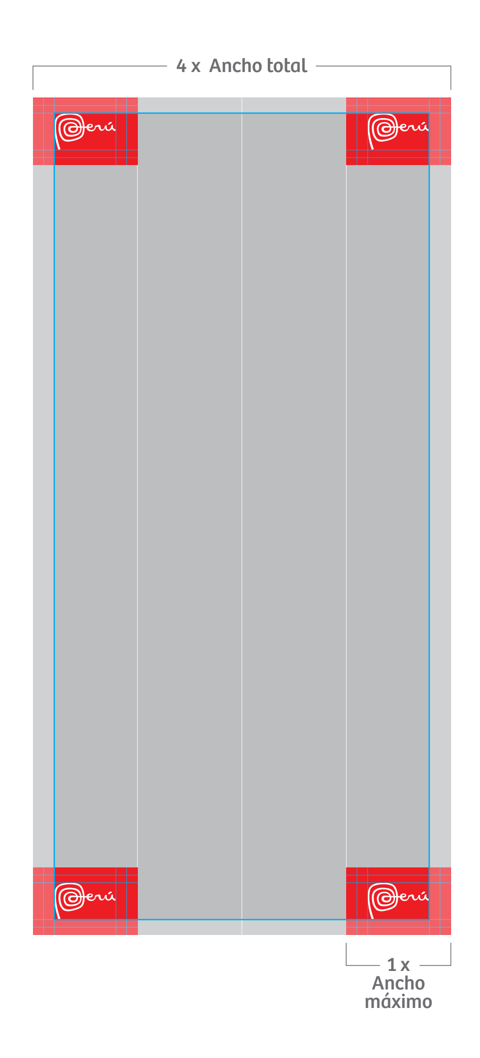
Uso correcto de la cuadrícula de 4x y de 8x versión formato extra-vertical

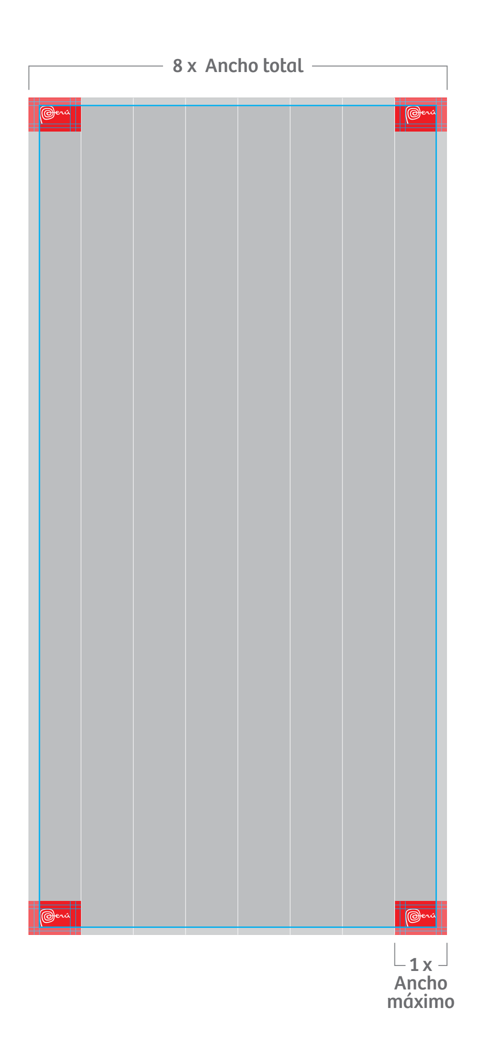
La creación de una cuadrícula le permitirá definir el tamaño correcto del logo de la marca. De acuerdo al objetivo de su comunicación y/o arte, se podrá elegir el tamaño del logo de la marca.

Cuadrícula de 4x significa que el ancho del arte y/o comunicación se dividirá en 4 partes iguales de manera vertical, para poder obtener la proporción adecuada del logo.

Cuadrícula de 8x significa que el ancho del arte y/o comunicación se dividirá en 8 partes iguales de manera vertical, para poder obtener la proporción adecuada del logo.





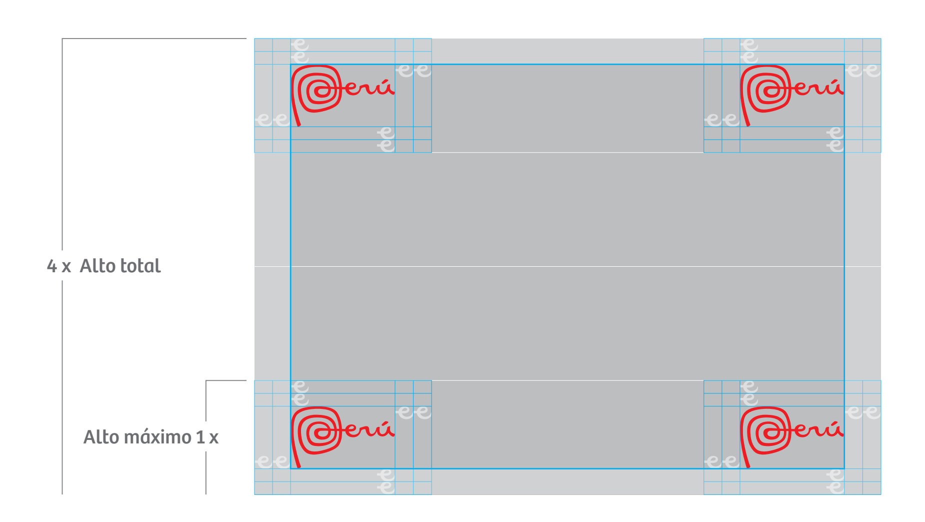


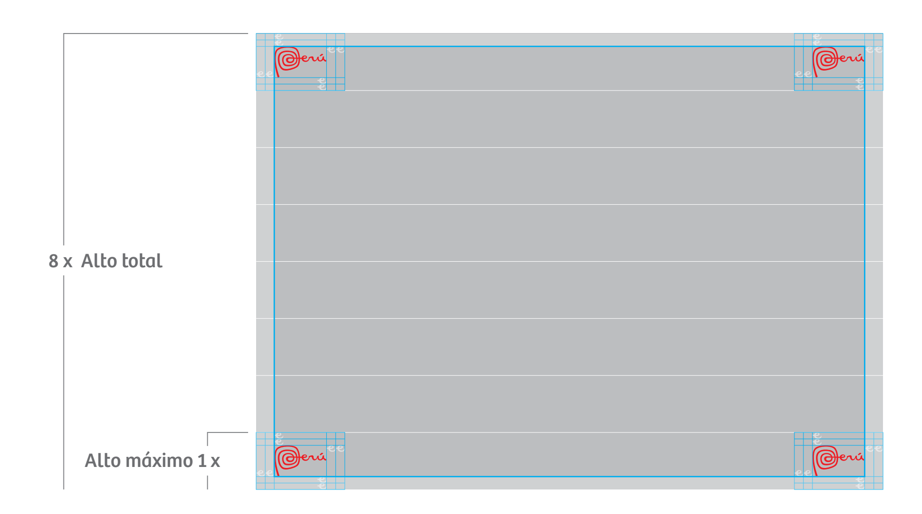
Uso correcto de la cuadrícula de 4x y de 8x con logo en negativo

La creación de una cuadrícula le permitirá definir el tamaño correcto del logo de la marca. De acuerdo al objetivo de su comunicación y/o arte, se podrá elegir el tamaño del logo de la marca.

Cuadrícula de 4x significa que el ancho del arte y/o comunicación se dividirá en 4 partes iguales de manera vertical, para poder obtener la proporción adecuada del logo.

Cuadrícula de 8x significa que el ancho del arte y/o comunicación se dividirá en 8 partes iguales de manera vertical, para poder obtener la proporción adecuada del logo.



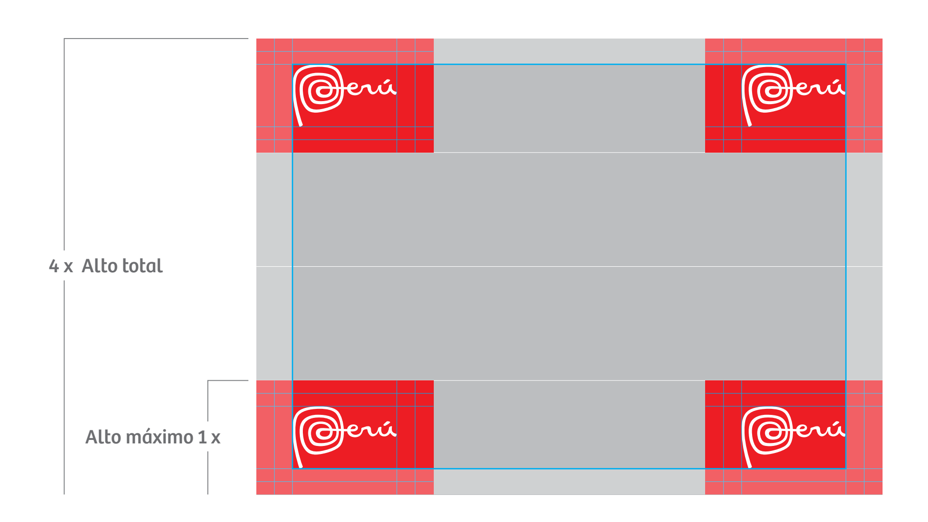


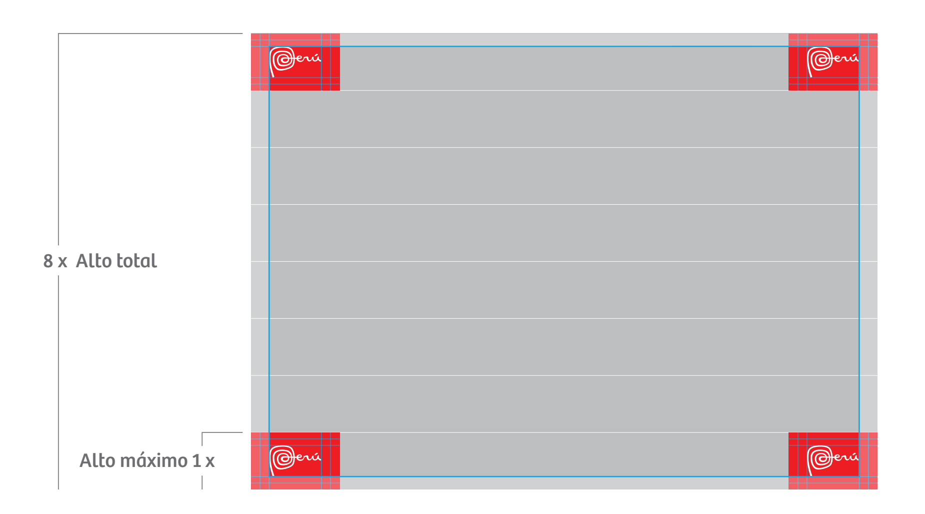
Uso correcto de la cuadrícula de 4x y de 8x versión formato horizontal estándar

Cuadrícula de 4x significa que el alto del arte y/o comunicación se dividirá en 4 partes iguales de manera horizontal, para poder obtener la proporción adecuada del logo.

Cuadrícula de 8x significa que el alto del arte y/o comunicación se dividirá en 8 partes iguales de manera horizontal, para poder obtener la proporción adecuada del logo.





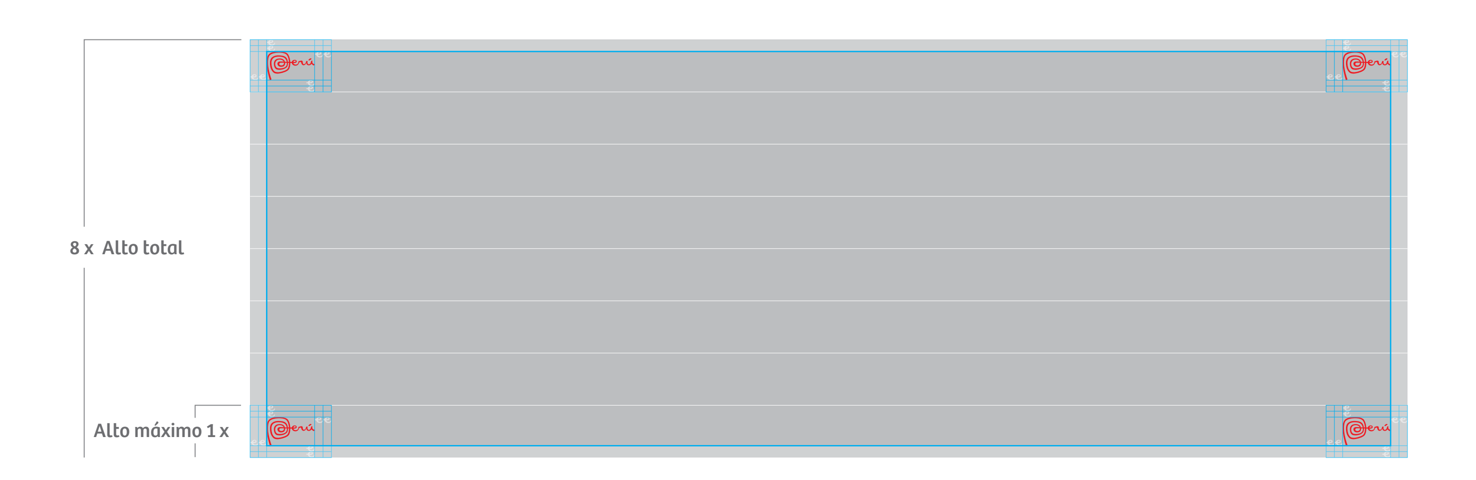


Uso correcto de la cuadrícula de 4x y de 8x con logo en negativo

Cuadrícula de 4x significa que el alto del arte y/o comunicación se dividirá en 4 partes iguales de manera horizontal, para poder obtener la proporción adecuada del logo.

Cuadrícula de 8x significa que el alto del arte y/o comunicación se dividirá en 8 partes iguales de manera horizontal, para poder obtener la proporción adecuada del logo.





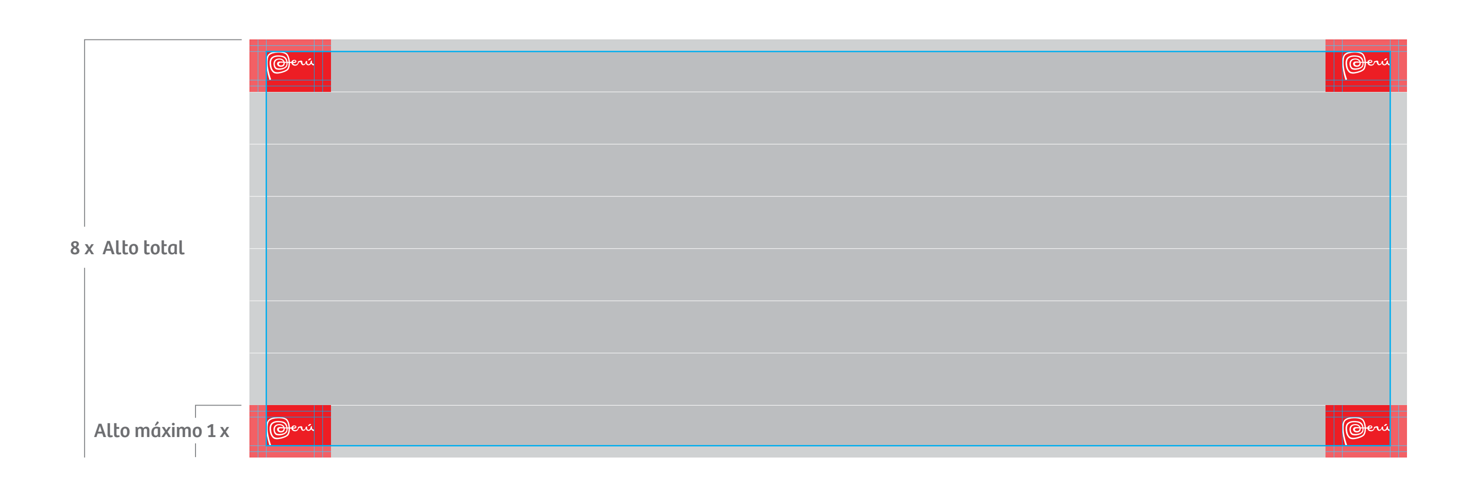
Uso correcto de la cuadrícula de 4x y de 8x versión formato extra-horizontal

Cuadrícula de 4x significa que el alto del arte y/o comunicación se dividirá en 4 partes iguales de manera horizontal, para poder obtener la proporción adecuada del logo.

Cuadrícula de 8x significa que el alto del arte y/o comunicación se dividirá en 8 partes iguales de manera horizontal, para poder obtener la proporción adecuada del logo.







Uso correcto de la cuadrícula de 4x y de 8x con logo en negativo

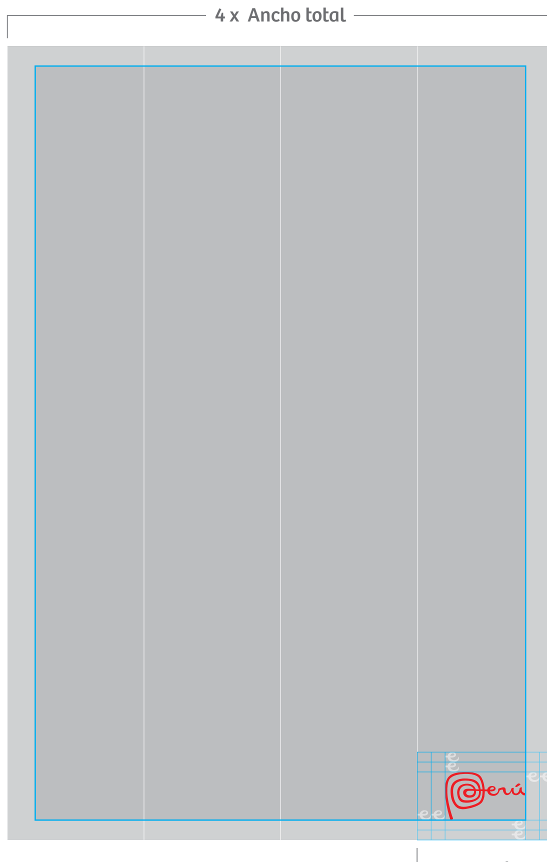
Cuadrícula de 4x significa que el alto del arte y/o comunicación se dividirá en 4 partes iguales de manera horizontal, para poder obtener la proporción adecuada del logo.

Cuadrícula de 8x significa que el alto del arte y/o comunicación se dividirá en 8 partes iguales de manera horizontal, para poder obtener la proporción adecuada del logo.



Ejemplos de materiales impresos





Avíso Ron Cartavio

Problema

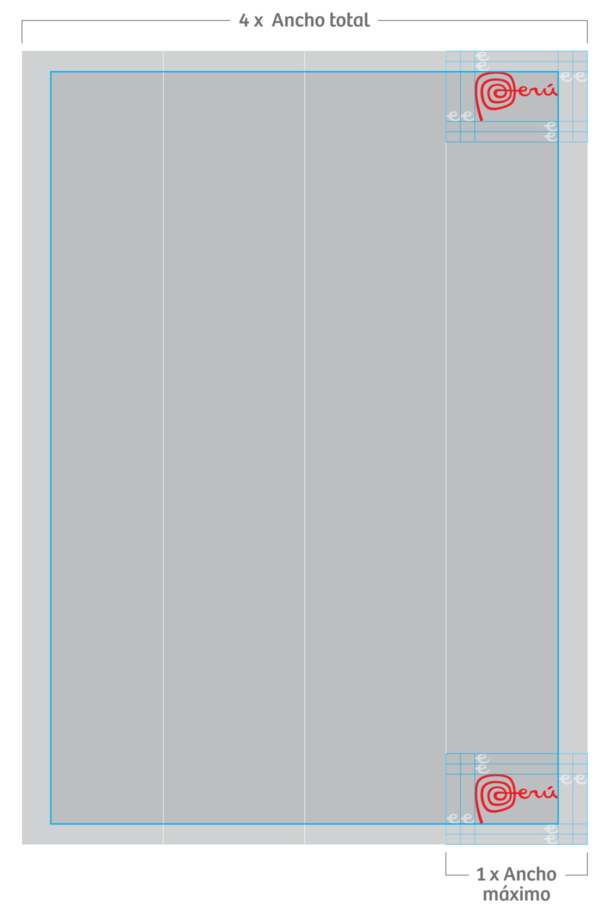
1. Ubicación del logo de la marca Perú.
Logotipo de la marca no debería ser parte de un titular.

Recomendaciones

. cuadrícula: 4x formato vertical.
. ubicación del logo: inferior derecho.
. mantener el logotipo en su función de sello.







Aviso Ice Tea Vida

Problema

1. Resguardo del logo de la marca Perú.

Logotipo de la marca debería mantener el área de resguardo mínima. (ver pág. 10)

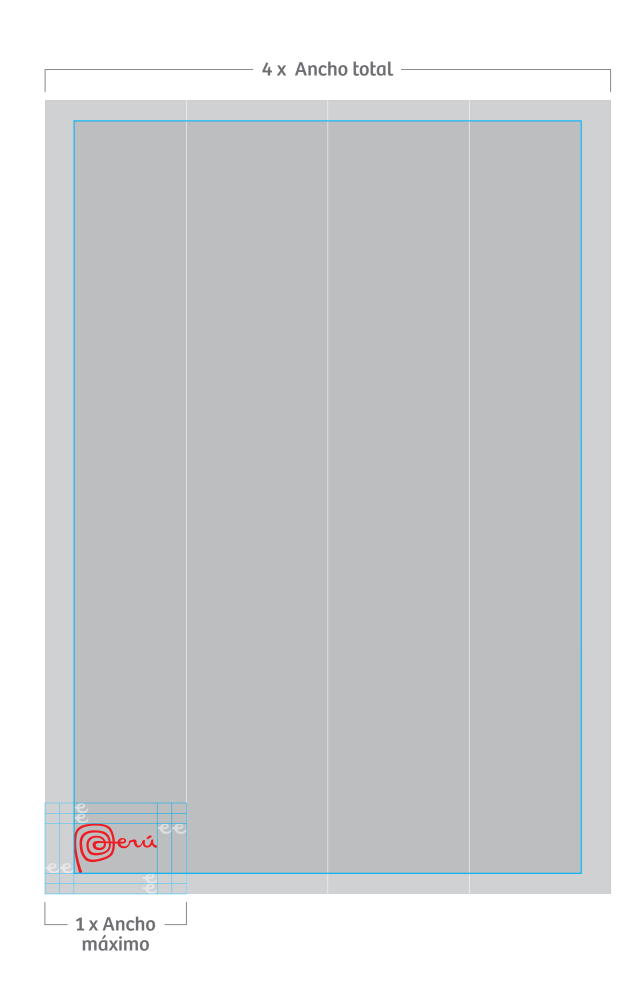
Recomendaciones

. cuadrícula: 4x formato vertical.

. ubicación de logo: inferior derecho.

. mantener el logotipo en su función de sello.





Aviso Multident

Problema

1. Desproporción del logo de la marca Perú. Logotipo de la marca debería guardar la proporción de la cuadrícula 4x.

Recomendaciones

. cuadrícula: 4x formato vertical.

. ubicación de logo: inferior izquierdo.

. mantener el logotipo con su función de sello.







Aviso Rimac Seguros

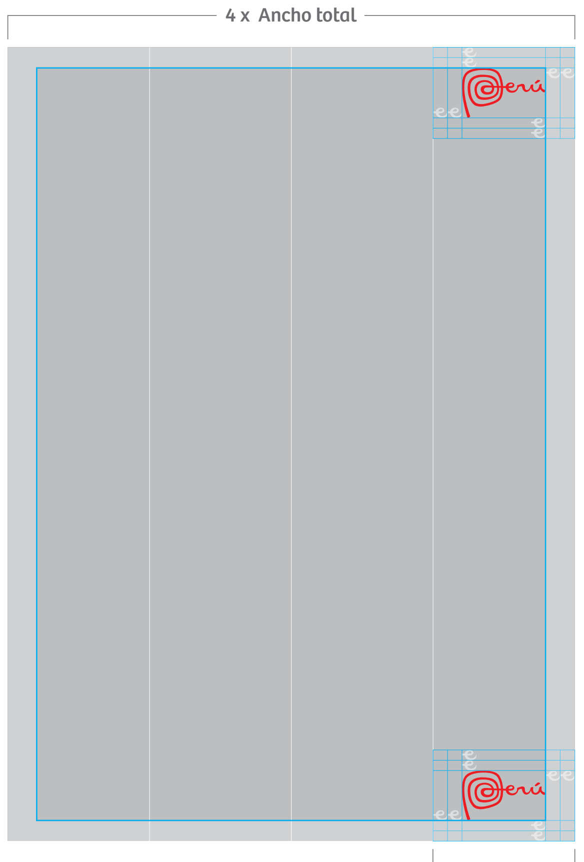
Problema

1. Ubicación del logo de la marca Perú.
Logotipo de la marca no debería formar parte del texto dentro de la comunicación.

Recomendaciones

. cuadrícula: 4x formato vertical.
. ubicación de logo: inferior izquierdo.
. mantener el logotipo con su función de sello.





Aviso RMB

Problema

1. Ilegibilidad del logo de la marca Perú.

Logotipo de la marca no debería estar sobrepuesto sobre fondos claros cuando tiene uso de color blanco.

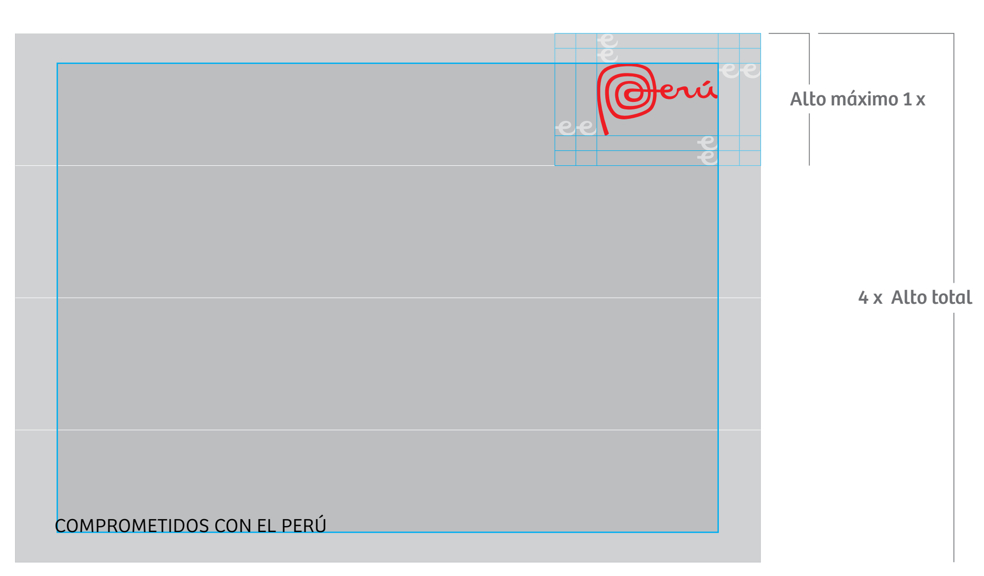
Recomendaciones

. cuadrícula: 4x formato vertical.

. ubicación de logo: inferior derecho.

. mantener el logotipo con su función de sello.





Aviso Italgrif

Problema

1. Uso de sombra en el logotipo de la marca. Logotipo de la marca no debería estar sobrepuesto sobre fondos claros cuando se usa en color blanco, ni aumentar ningún tipo de sombra.

Recomendaciones

. cuadrícula: 4x formato horizontal.

. ubicación de logo: superior derecho.

. mantener el logotipo con su función de sello.

“Estimado Licenciatario, sobre el uso del término “Embajador”, este es exclusivo para las empresas que colaboran con PROMPERÚ en la difusión de las piezas publicitarias de la Campaña Nacional de la Marca País Perú.
Según el artículo 24°-del Reglamento de Uso de la Marca País Perú, el licenciatario sólo adquiere derecho a utilizar el logo de la Marca País Perú, más no el término embajador.
Esto se debe a que sólo se ha solicitado la licencia de marca y por ende son usuarios y licenciatarios de la misma.
Así mismo, existe la posibilidad de utilizar frases parecidas, tal como lo han utilizado otros licenciatarios:
“Orgullosos de llevar la Marca Perú”,
“El Perú, Cerca de Ti”,
“Elige Altomayo elige al Perú”, entre otras.”



Slogans relacionados con la marca Perú







Auiso Sazón Lopesa

Problema

1 .Uso de términos /slogans "EMBAJADORES" relacionados con la marca Perú no estan permitidos.

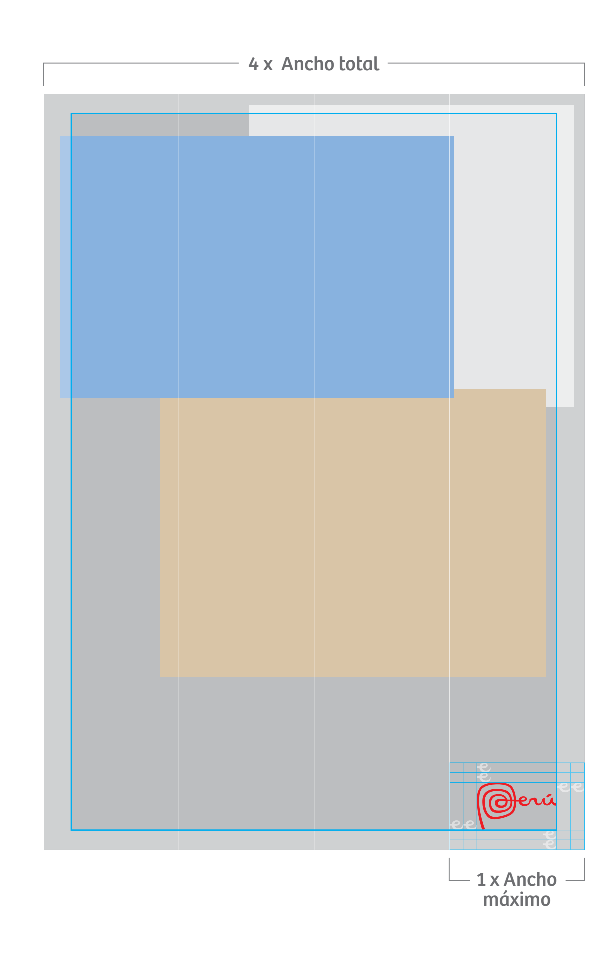
Recomendaciones

. cuadrícula: 8x formato horizontal.

. ubicación de logo: superior derecho.

. mantener el logotipo con su función de sello.





Aviso TM Gestión Inmobiliaria

Problema

1. Respetar el área de resguardo del logo de la marca Perú. Textos dentro del área de resguardo no están permitidos.

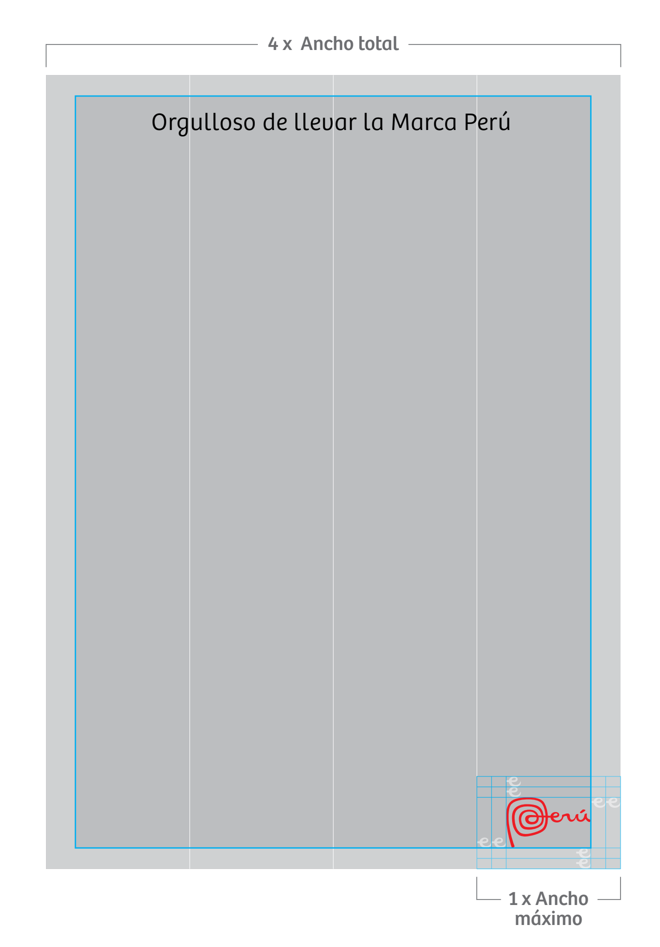
Recomendaciones

. cuadrícula: 4x formato vertical.

. ubicación de logo: inferior derecho.

. mantener el logotipo con su función de sello.





Aviso GI

Problema

1. Atribución equivocada de un cargo, título, etc.

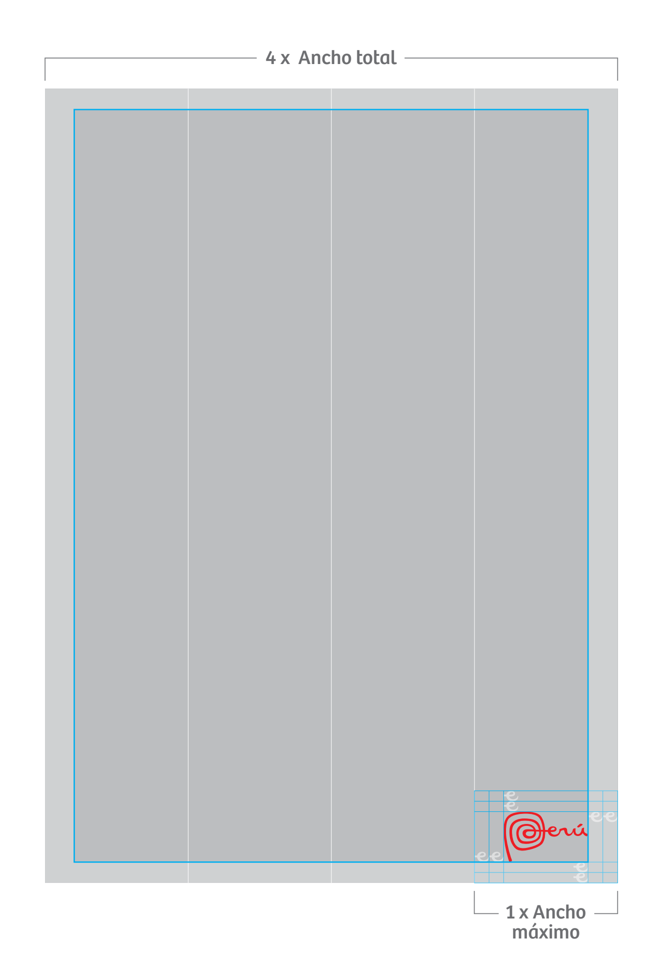
Recomendaciones

. cuadrícula: 4x formato vertical.

. ubicación de logo: inferior derecho.

. mantener el logotipo en su función de sello.





Aviso Forte

Problema

1. Alteración de forma y/o área de resguardo del logo de la marca Perú.

Recomendaciones

. cuadrícula: 4x formato vertical.

. ubicación de logo: inferior derecho.

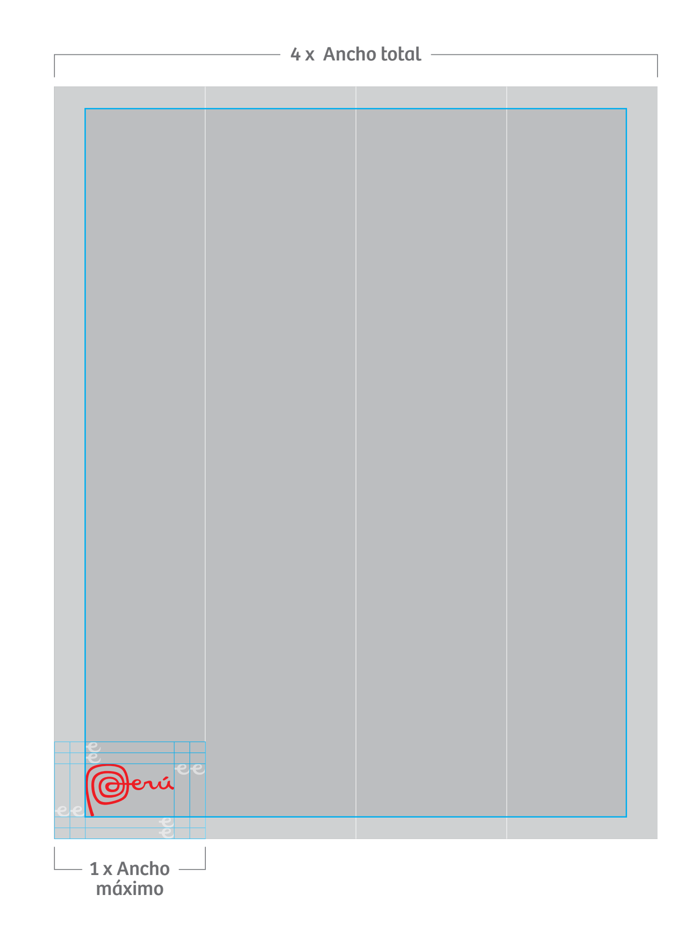
. mantener el logotipo en su función de sello.

Material ATL y BTL

A continuación ejemplos de uso del logotipo de la marca Perú en diferentes comunicaciones publicitarias.

ATL:
Avisos Publicitarios
Posters
Vitrinas
Banners
Vallas





Auiso Bembos formato uertical

Problemas

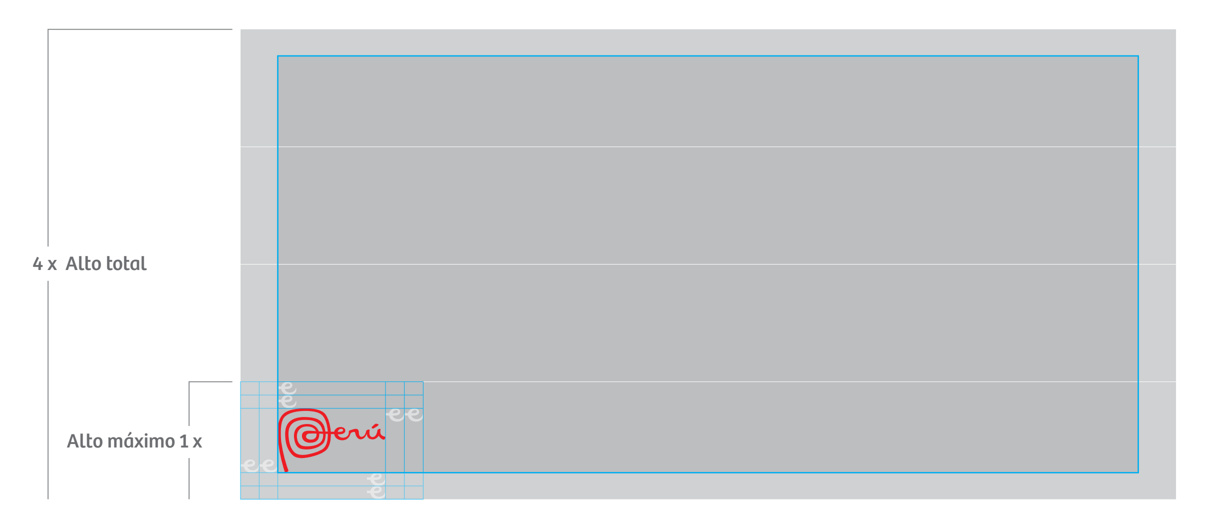
1. Logotipo de la marca no puede ser utilizado como parte de un titular.
2. Posición y proporción del logo de la marca Perú.
3. Texto dentro del área de resguardo del logo.
4. El uso de cenefas o rulos sólo son de uso interno.

Recomendaciones

. cuadrícula: 4x formato uertical.
. ubicación de logo: inferior izquierdo.
. mantener el logotipo en su función de sello.







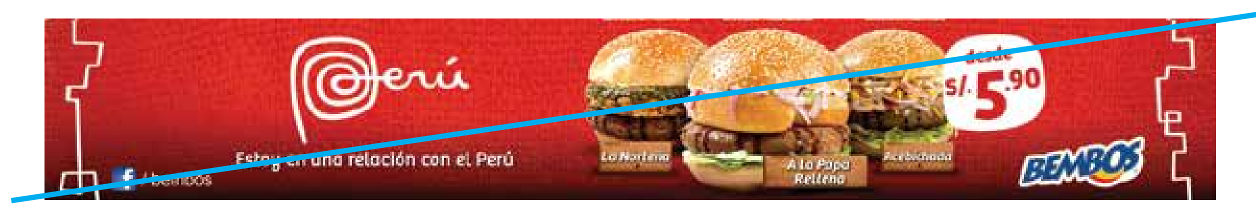
Aviso Bembos formato horizontal

Problemas

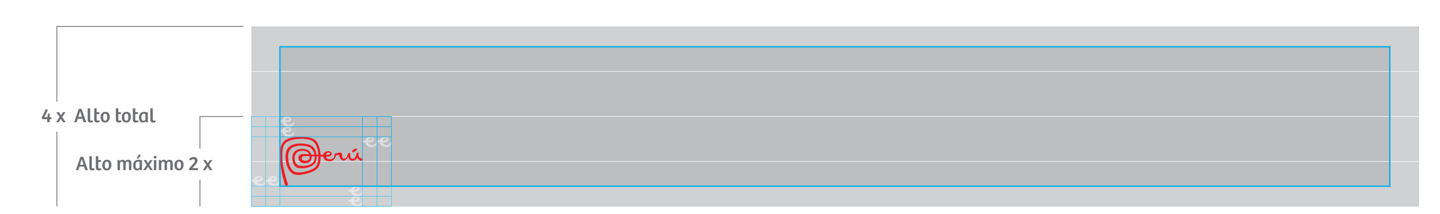
1. Logotipo de la marca no puede ser utilizado como parte de un titular.
2. Posición y proporción del logo de la marca Perú.
3. Texto dentro del área de resguardo del logo.
4. El uso de cenefas o rulos sólo son de uso interno.

Recomendaciones

. cuadrícula: 4x formato vertical.
. ubicación de logo: inferior izquierdo.
. mantener el logotipo en su función de sello.







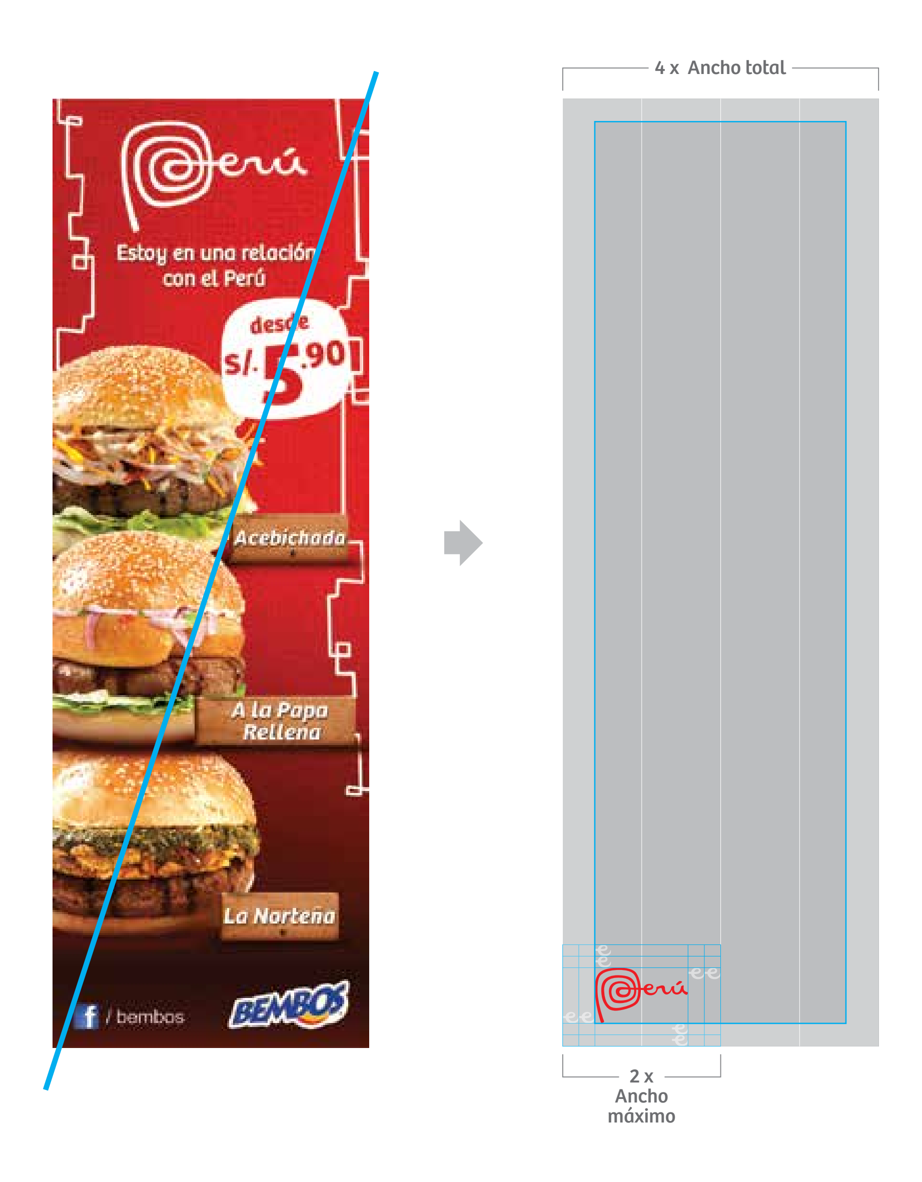
Banner Bembos. Formato extra horizontal

Problemas

1. Logotipo de la marca no puede ser utilizado como parte de un titular.
2. Posición y proporción del logo de la marca Perú.
3. Texto dentro del área de resguardo del logo.
4. El uso de cenefas o rulos sólo son de uso interno.

Recomendaciones

. cuadrícula: 4x formato vertical.
. ubicación de logo: inferior izquierdo.
. mantener el logotipo en su función de sello.



Banner Bembos. Formato extra vertical

Problemas

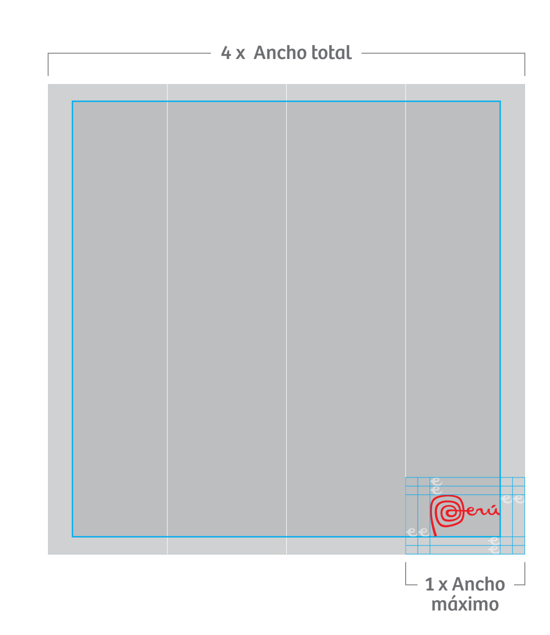
1. Logotipo de la marca no puede ser utilizado como parte de un titular.
2. Posición y proporción del logo de la marca Perú.
3. Texto dentro del área de resguardo del logo.
4. El uso de cenefas o rulos sólo son de uso interno.

Recomendaciones

. cuadrícula: 4x formato vertical.
. ubicación de logo: inferior izquierdo.
. mantener el logotipo en su función de sello.

BTL:
Eventos (Stands)
Merchandising
Afiches / Posters
Encarte / Catálogo
Invitaciones





Stand de exhibición Delicieux

Problemas

1. Proporción y posición del logo de la marca Perú.

Recomendaciones

. cuadrícula: 4x formato vertical.

. ubicación de logo: inferior izquierdo.

. mantener el logotipo en su función de sello.

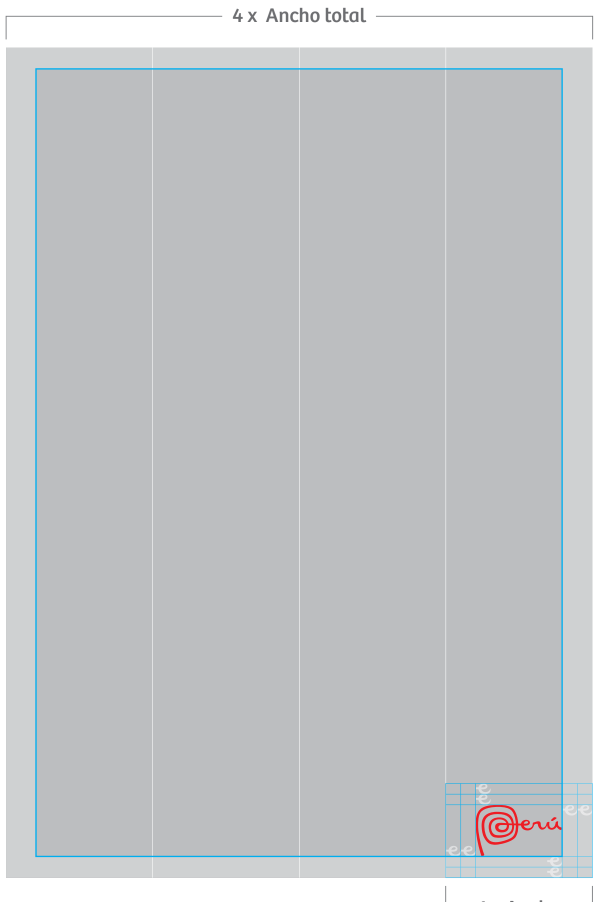




Uniformes

Uso correcto del logotipo de la marca Perú





Póster Marinera Norteña en Japón

Problemas

1. Posición y proporción del logo de la marca Perú.

Recomendaciones

. cuadrícula: 4x formato vertical.

. ubicación de logo: inferior derecho.

. mantener el logotipo en su función de sello.







Aviso Sandboarding Perú

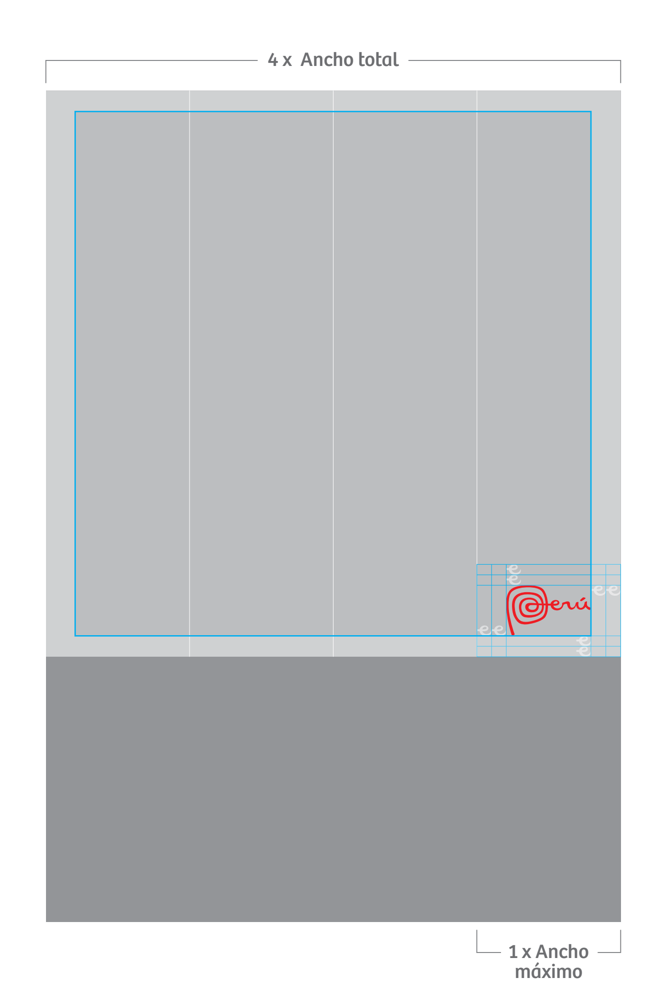
Problemas

1. Logotipo de la marca Perú no puede usarse con transparencia.
2. Posición y proporción del logo de la marca Perú.

Recomendaciones

. cuadrícula: 4x formato horizontal.
. ubicación de logo: inferior izquierdo.
. mantener el logotipo en su función de sello.





Póster Sabe a Perú

Problemas

1. Respetar el área de resguardo del logo de la marca Perú.

2. Prohibido poner textos dentro del área de resguardo del logo de la marca Perú.

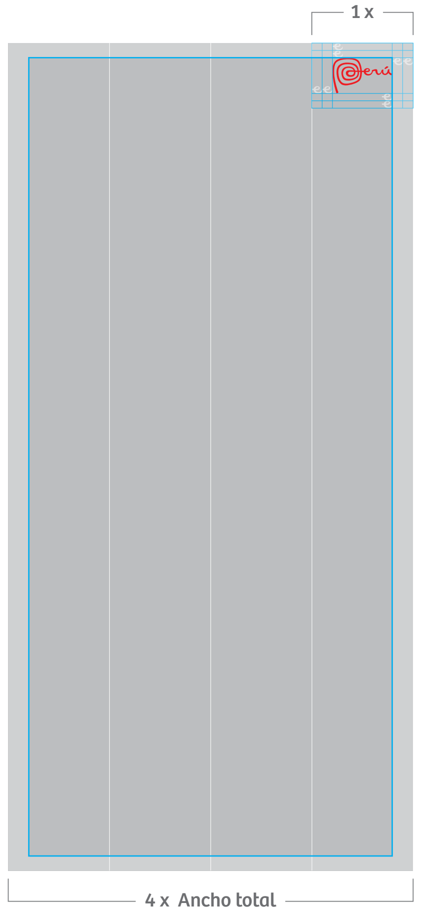
Recomendaciones

. cuadrícula: 4x formato vertical.

. ubicación de logo: inferior derecho.

. mantener el logotipo con su función de sello.





Banner Sabe a Perú

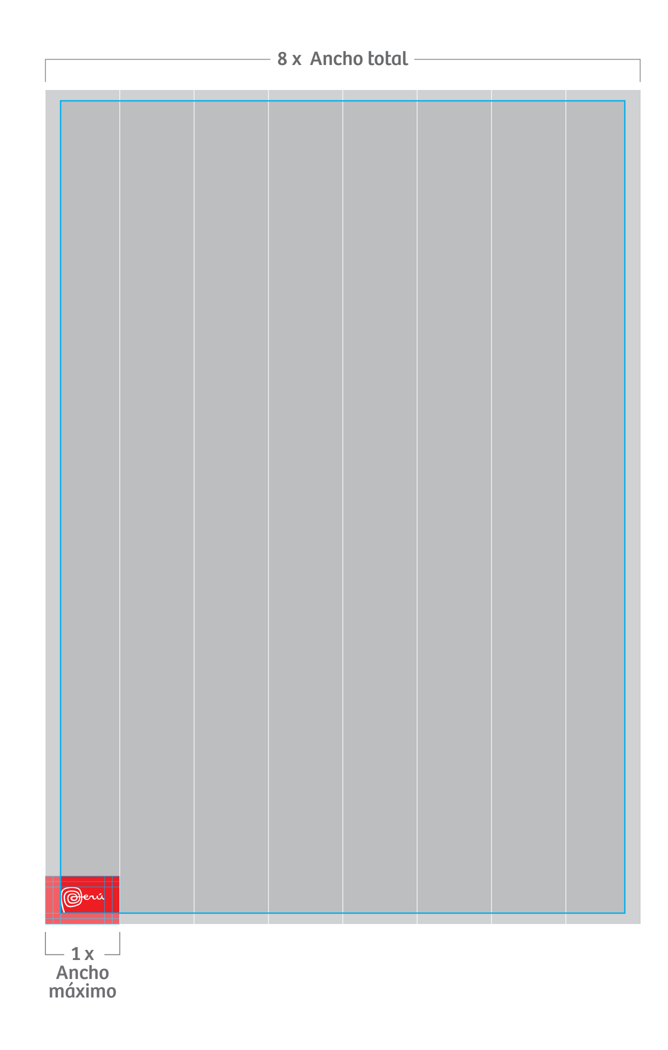
Problema

1. Prohibido poner textos dentro del área de resguardo del logo de la marca Perú.

Recomendaciones

. cuadrícula: 4x formato vertical.
. ubicación de logo: superior derecho.
. mantener el logotipo con su función de sello.





Póster Fiesta Peruana KOBE

Problemas

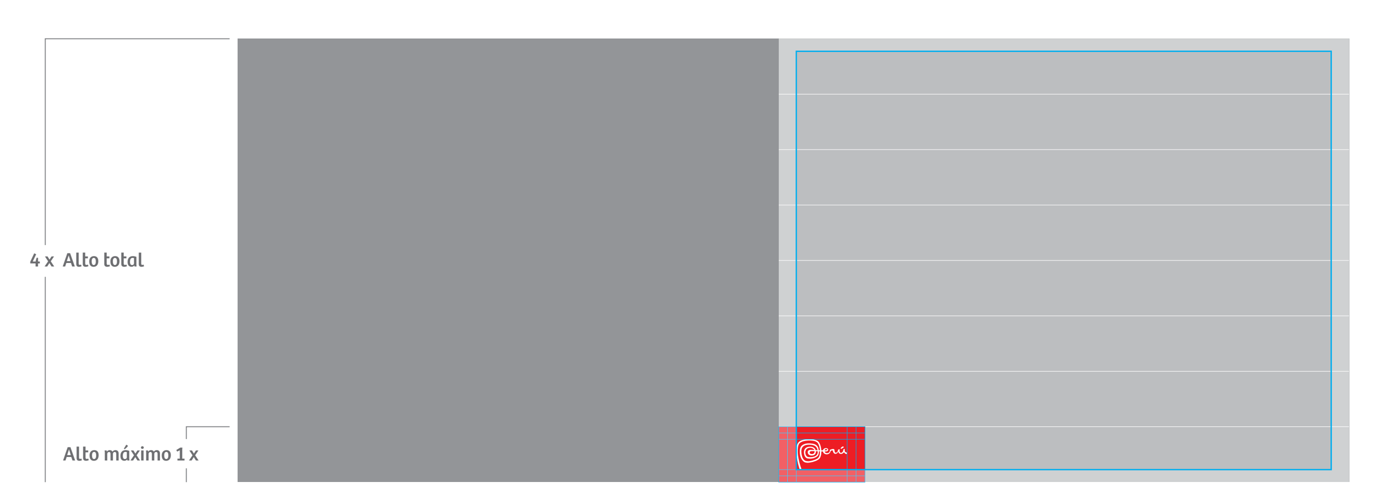
1. Logotipo de la marca Perú no puede ser utilizado como auspiciador.
2. Posición y proporción del logo de la marca Perú.

Recomendaciones

. cuadrícula: 8x formato vertical.
. ubicación de logo: inferior izquierdo.
. mantener el logotipo en su función de sello.





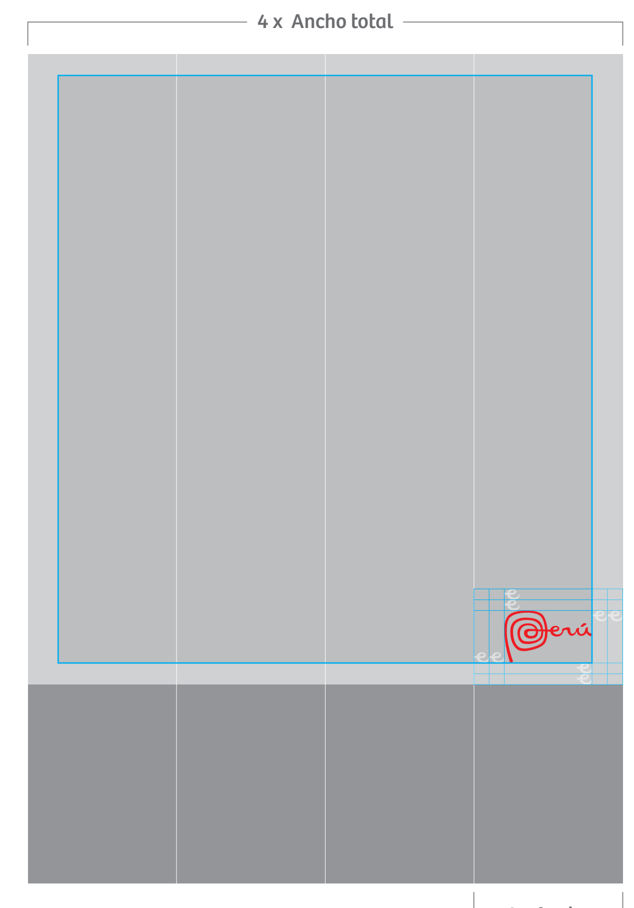


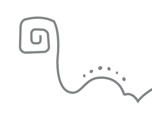
Invitación

Uso incorrecto del logo de la marca Perú.

Recomendaciones
. cuadrícula: 4x formato horizontal.
. ubicación de logo: inferior izquierdo.
. mantener el logotipo con su función de sello.







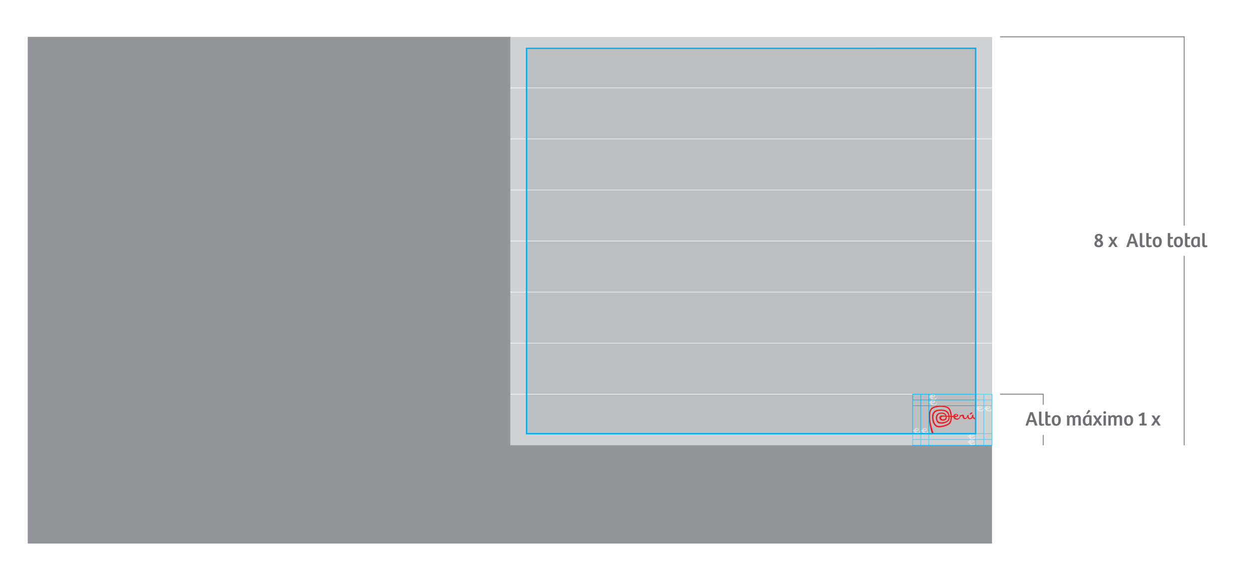
Volante Excon

Uso correcto del logo de la marca Perú.

Recomendaciones
. cuadrícula: 4x formato vertical.
. ubicación de logo: inferior derecho.
. mantener el logotipo en su función de sello.







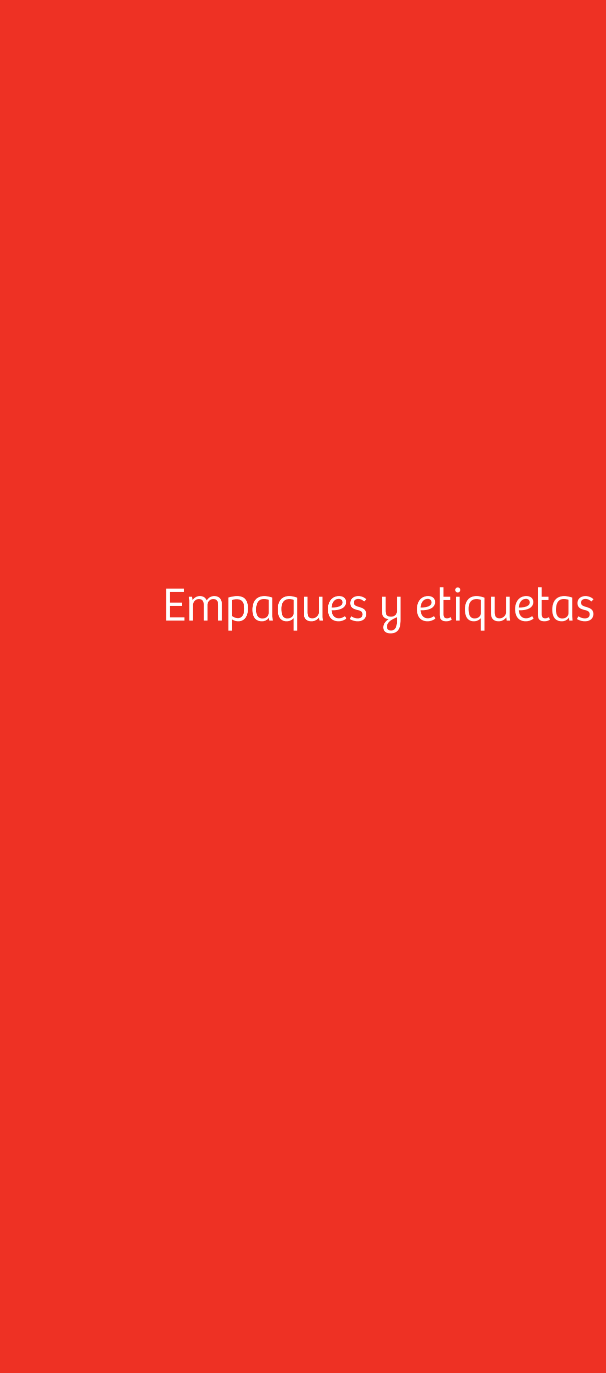
Invitación VIP Excon

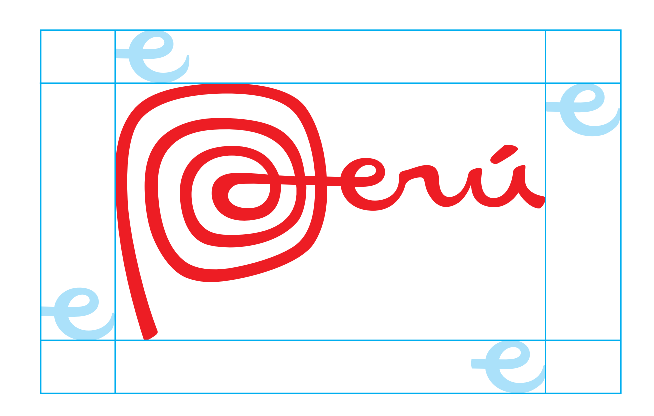
Uso correcto del logo de la marca Perú.

Recomendaciones
. cuadrícula: 8x formato horizontal.
. ubicación de logo: inferior derecho.
. mantener el logotipo en su función de sello.

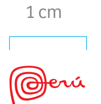
Empaques y etiquetas
Basándonos en la misma cuadrícula anterior, dividiendo el área total horizontal o vertical del empaque/etiqueta, uno podrá obtener la proporción y posición correcta del logo de la marca Perú.

Empaques y etiquetas





1 cm



Resguardo y tamaño mínimo. Versión en positivo

Cuanto más espacio exista alrededor de la marca, mayor será su impacto y su preeminencia. Para asegurar que este efecto no se vea nunca comprometido, aquí se establece cuál es el espacio blanco mínimo o área de resguardo que deberá respetarse en su aplicación. De este modo se evitará que la marca se vea invadida por elementos que le son ajenos.

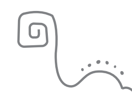
Respetar el área de resguardo es de vital importancia para preservar el impacto y el valor de la marca.

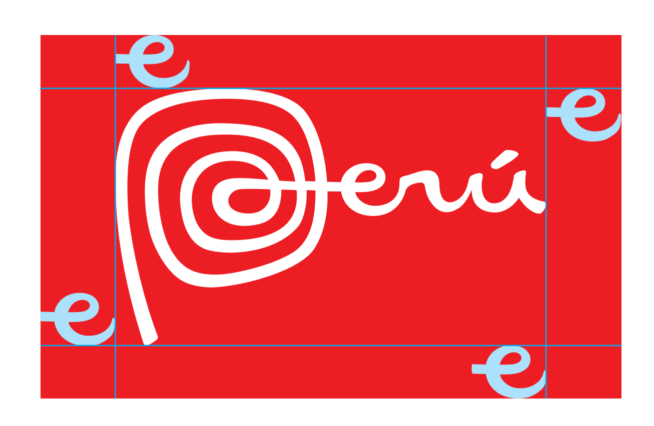
Para no dificultar la lectura y/o disminuir la pregnancia de la marca, sus aplicaciones reducidas deben respetar un tamaño mínimo que se expresa en la presente página.

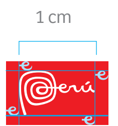
Especificaciones

El área de resguardo de la marca es equivalente a la altura de la letra "e" de la palabra Perú, tanto en sus márgenes izquierdo y derecho como en su parte superior e inferior.

El tamaño mínimo admitido para la aplicación de la marca es de 1 cm de extensión y su correspondiente proporción vertical.







Resguardo y tamaño mínimo. Versión en negativo

Cuanto más espacio exista alrededor de la marca, mayor será su impacto y su preeminencia. Para asegurar que este efecto no se vea nunca comprometido, aquí se establece cuál es el espacio blanco mínimo o área de resguardo que deberá respetarse en su aplicación. De este modo se evitará que la marca se vea invadida por elementos que le son ajenos.

Respetar el área de resguardo es de vital importancia para preservar el impacto y el valor de la marca.

Para no dificultar la lectura y/o disminuir la pregnancia de la marca, sus aplicaciones reducidas deben respetar un tamaño mínimo que se expresa en la presente página.

Especificaciones

El área de resguardo de la marca es equivalente a la altura de la letra “e” de la palabra Perú, tanto en sus márgenes izquierdo y derecho como en su parte superior e inferior.

El tamaño mínimo admitido para la aplicación de la marca es de 1 cm de extensión y su correspondiente proporción vertical.

Logo en etiqueta frontal - formato vertical

Este posicionamiento nos ayudará a tener una consistencia en todos los productos que estén interesados en llevar el sello de la marca Perú y así estar beneficiados por la imagen que representa.

El logotipo puede ser ubicado en cualquiera de ambos lados laterales tanto de izquierda o derecha, de abajo hacia arriba, según importancia de lectura deseada.

Mantener proporciones del logotipo según cuadrícula múltiple de 2x, 4x ó 8x.





Logo en etiqueta frontal - formato vertical

Este posicionamiento nos ayudará a tener una consistencia en todos los productos que estén interesados en llevar el sello de la marca Perú y así estar beneficiados por la imagen que representa.

El logotipo puede ser ubicado en cualquiera de ambos lados laterales tanto de izquierda o derecha, de abajo hacia arriba, según importancia de lectura deseada.

Mantener proporciones del logotipo según cuadrícula múltiple de 2x, 4x ó 8x.



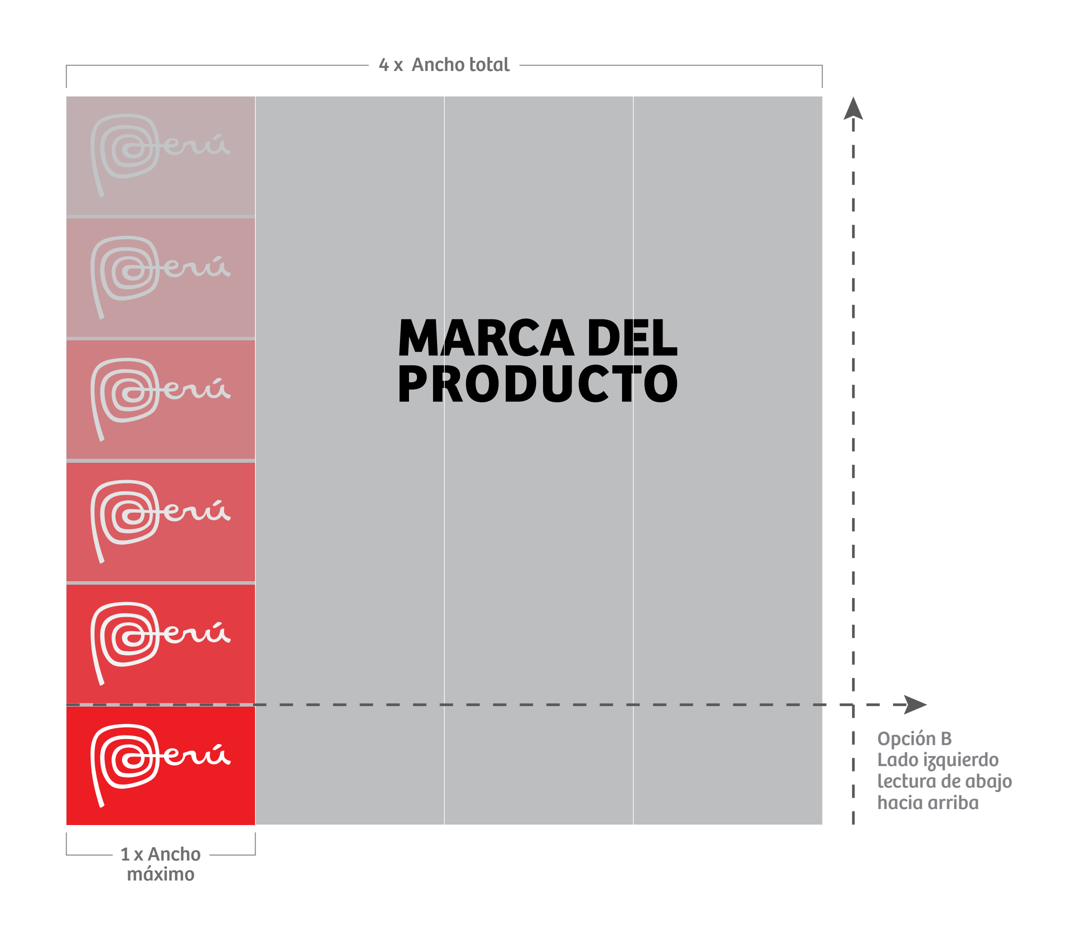
Logo en etiqueta frontal - formato cuadrado

Este posicionamiento nos ayudará a tener una consistencia en todos los productos que estén interesados en llevar el sello de la marca Perú y así estar beneficiados por la imagen que representa.

El logotipo puede ser ubicado en cualquiera de ambos lados laterales tanto de izquierda o derecha, de abajo hacia arriba, según importancia de lectura interesada.

Mantener proporciones del logotipo según cuadrícula múltiple de 2x, 4x ó 8x.





Logo en etiqueta frontal - formato cuadrado

Este posicionamiento nos ayudará a tener una consistencia en todos los productos que estén interesados en llevar el sello de la marca Perú y así estar beneficiados por la imagen que representa.

El logotipo puede ser ubicado en cualquiera de ambos lados laterales tanto de izquierda o derecha, de abajo hacia arriba, según importancia de lectura interesada.

Mantener proporciones del logotipo según cuadrícula múltiple de 2x, 4x ó 8x.





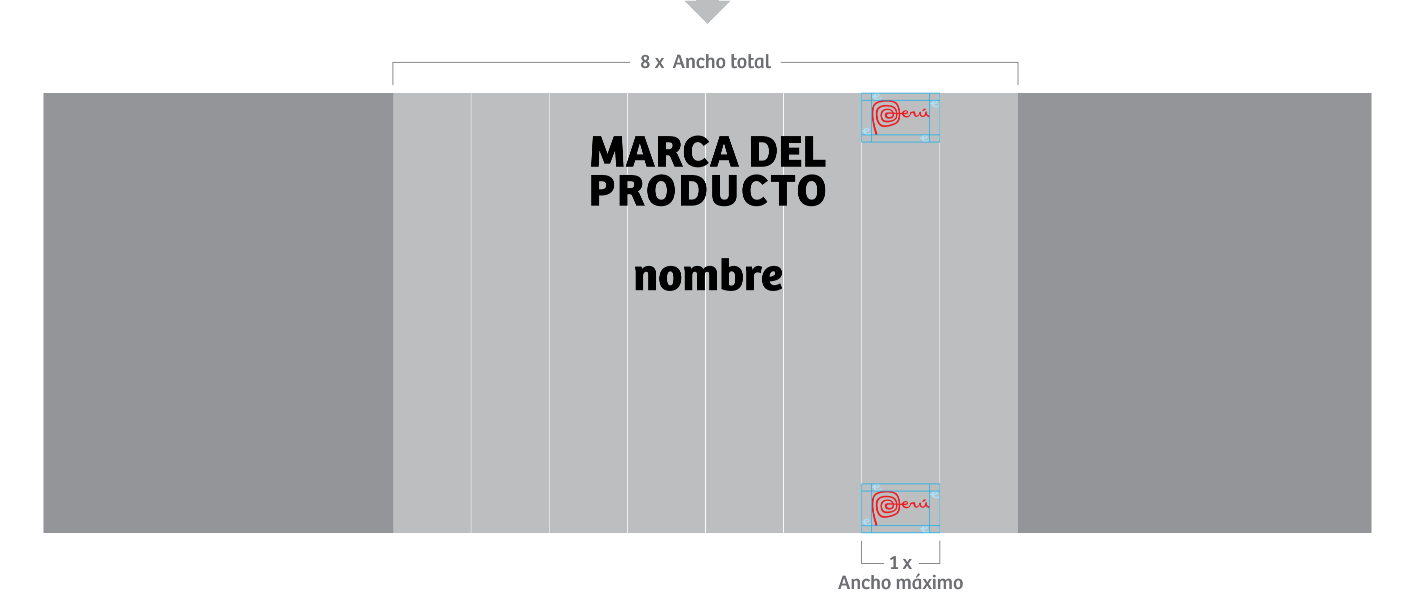
Empaque & etiqueta - formato horizontal

Recomendaciones
.posicionar el logotipo de la marca Perú en cualquiera de los lados laterales del área central del empaque/etiqueta.

.mantener proporciones del logotipo según cuadrícula múltiple de 2x, 4x ó 8x.







Etiqueta La Campera - Salchicha Huachana con huevo

Recomendaciones

.Posicionar el logotipo en la esquina superior o inferior derecha, que sea visible en el área frontal de la etiqueta.

.mantener proporciones del logotipo según cuadrícula.

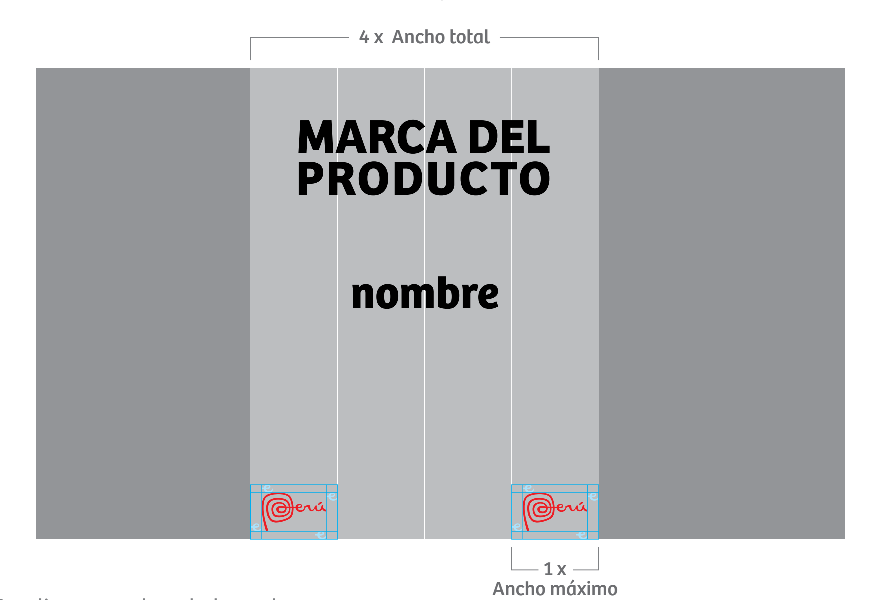
. uso de cuadrícula vertical: 8x ancho total.

. mantener el logotipo en su función de sello.

4 x Ancho total







Etiqueta La Campera - Sardina en salsa de tomate

Recomendaciones

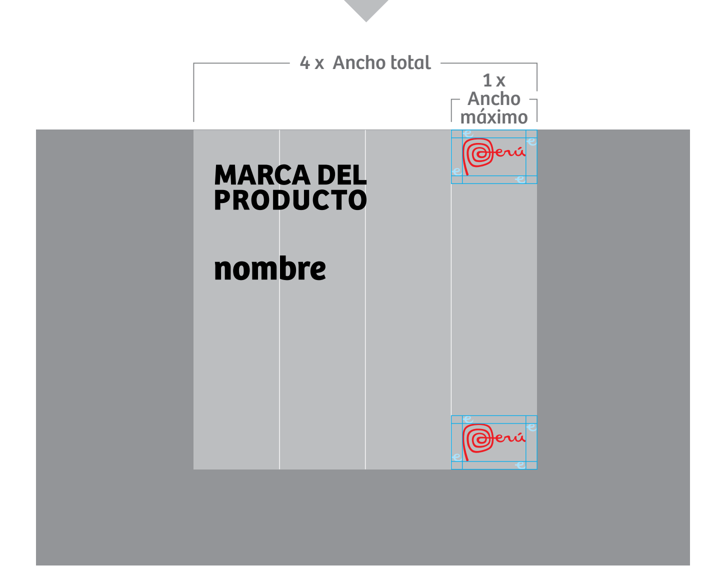
.posicionar el logotipo en la esquina inferior derecha/izquierda, que sea visible en el área frontal de la etiqueta.

.mantener proporciones del logotipo según cuadrícula.

. uso de cuadrícula vertical: 4x ancho total.

. mantener el logotipo en su función de sello.



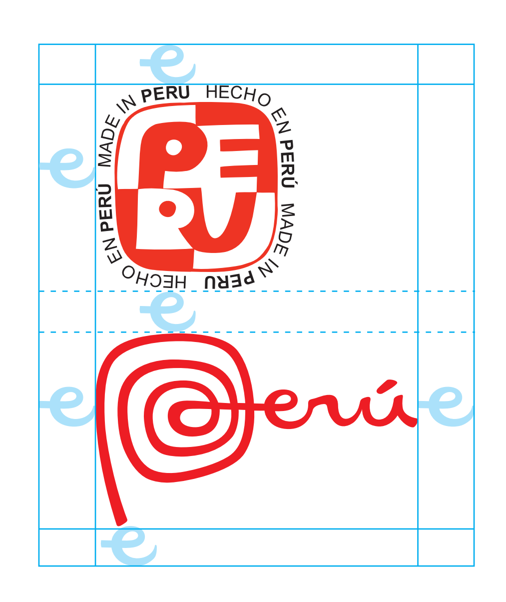


Empaque La Campera - Filete de trucha

Problema:
. no es necesario usar el logotipo de la marca varias veces en un mismo empaque.

Recomendaciones
.posicionar el logotipo en la esquina inferior derecha/izquierda, que sea visible en el área frontal de la etiqueta.

.mantener proporciones del logotipo según cuadrícula.
. uso de cuadrícula vertical: 4x ancho total.
. mantener el logotipo en su función de sello.



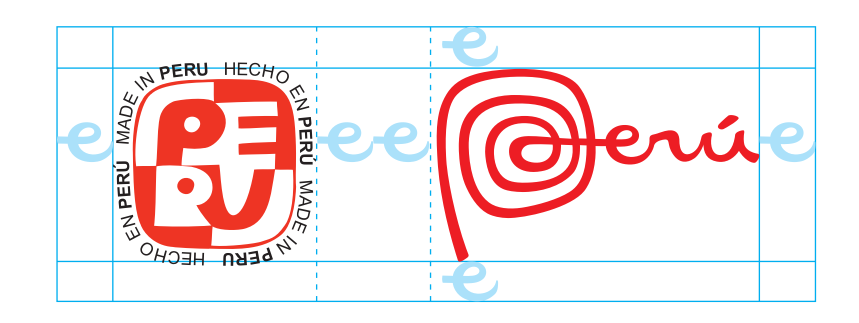
Cobranding. uso vertical

Proporciones correctas del cobranding, Logotipo Hecho en Perú y logotipo de la marca Perú.

Especificación

El área de resguardo de la marca es equivalente a la altura de 1 de la letra "e" de la palabra Perú, tanto en sus márgenes izquierdo y derecho como en su parte superior e inferior.





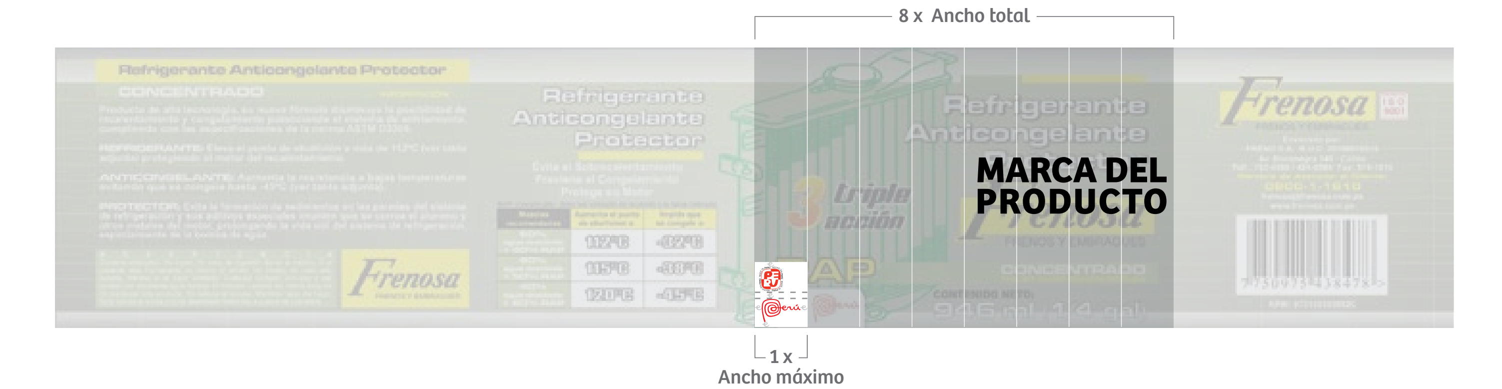
Cobranding. uso horizontal

Proporciones correctas del cobranding, logotipo Hecho en Perú y logotipo de la marca Perú.

Especificación
El área de resguardo de la marca es equivalente a la altura de 2 de la letra "e" de la palabra Perú, tanto en sus márgenes izquierdo y derecho como en su parte superior e inferior.











Etiqueta Frenosa - logotipos formato vertical

Posicionar el cobranding del logotipo Hecho en Perú y logotipo de la marca Perú del mismo tamaño.

Recomendaciones
. logotipos en formato vertical.
. uso de cuadrícula vertical: 8x ancho total.
. mantener el logotipo con su función de sello.











Etiqueta Frenosa - logotipos formato horizontal

Posicionar el cobranding del logotipo Hecho en Perú y logotipo de la marca Perú del mismo tamaño.

Recomendaciones

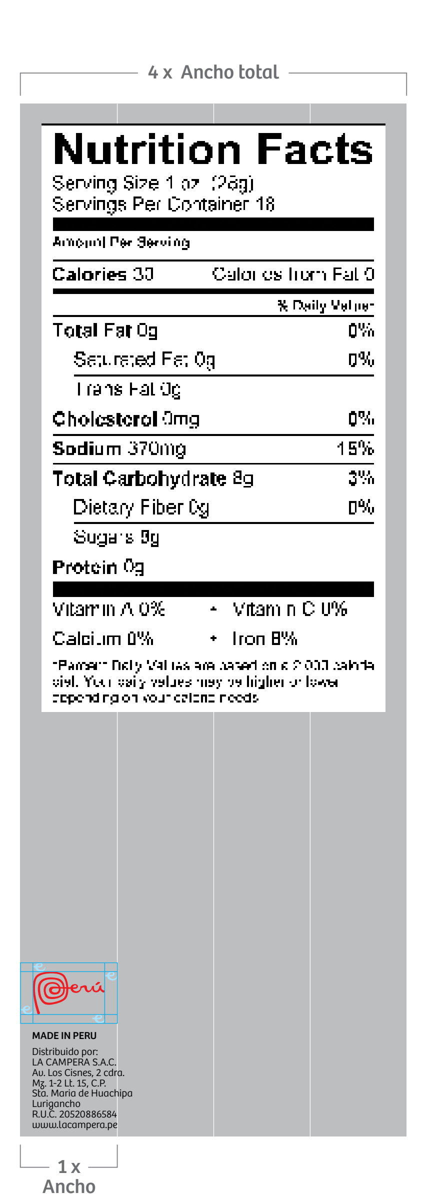
. logotipos en formato horizontal.

. uso de cuadrícula vertical: 8x ancho total.

. mantener el logotipo con su función de sello.

Paneles laterales en empaques.
Basándonos en la cuadrícula original, hay que dividir el área del ancho total horizontal o vertical del empaque/etiqueta, donde podrá obtener la proporción y posición correcta del logo de la marca Perú. Teniendo en cuenta que cuando el área total es de un tamaño grande se debería usar una cuadrícula múltiple hasta más de 8x ó 16x.


Paneles laterales en empaques



4 x Ancho total
Nutrition Facts
Serving Size 1 oz (28g)
Servings Per Container 18
Amount Per Serving
Calories 30 Calories from Fat 0
% Daily Value*
Total Fat 0g 0%
Saturated Fat 0g 0%
Trans Fat 0g
Cholesterol 0mg 0%
Sodium 370mg 15%
Total Carbohydrate 8g 3%
Dietary Fiber 0g 0%
Sugars 5g
Protein 0g
Vitamin A 0% • Vitamin C 0%
Calcium 0% • Iron 8%
Perú
MADE IN PERU
Distribuido por:
LA CAMPERA S.A.C.
Av. Los Cisnes, 2 cdra.
Mg. 1-2 Lt. 15, C.P.
Sta. Maria de Huachipa
Lurigancho
R.U.C. 20520886584
www.lacampera.pe
1 x
Ancho
máximo

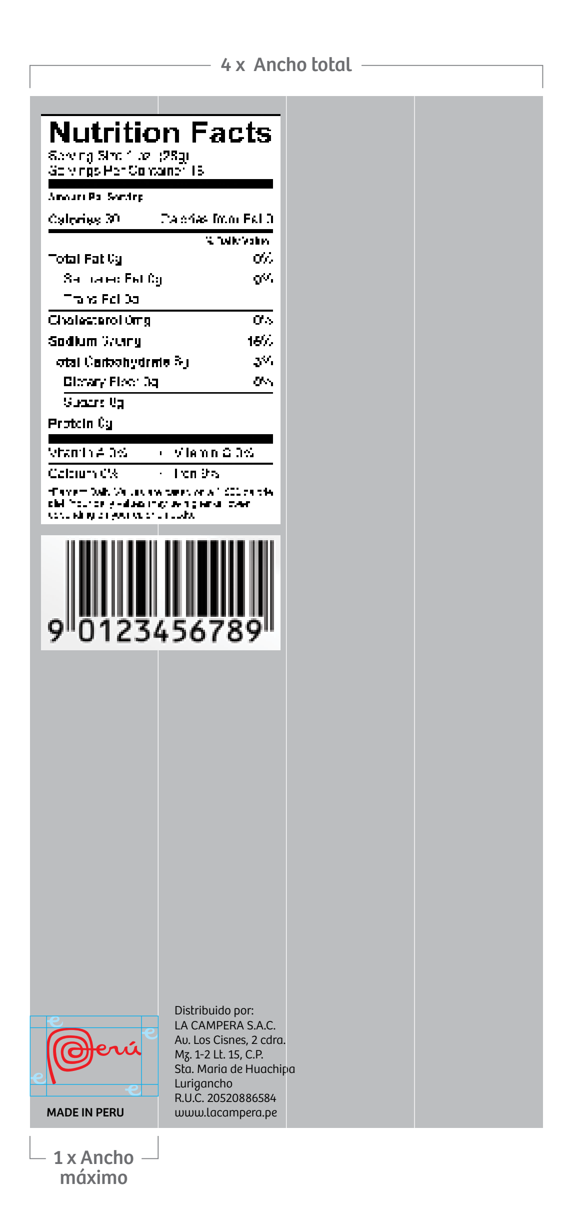
Panel Lateral - formato vertical estándar

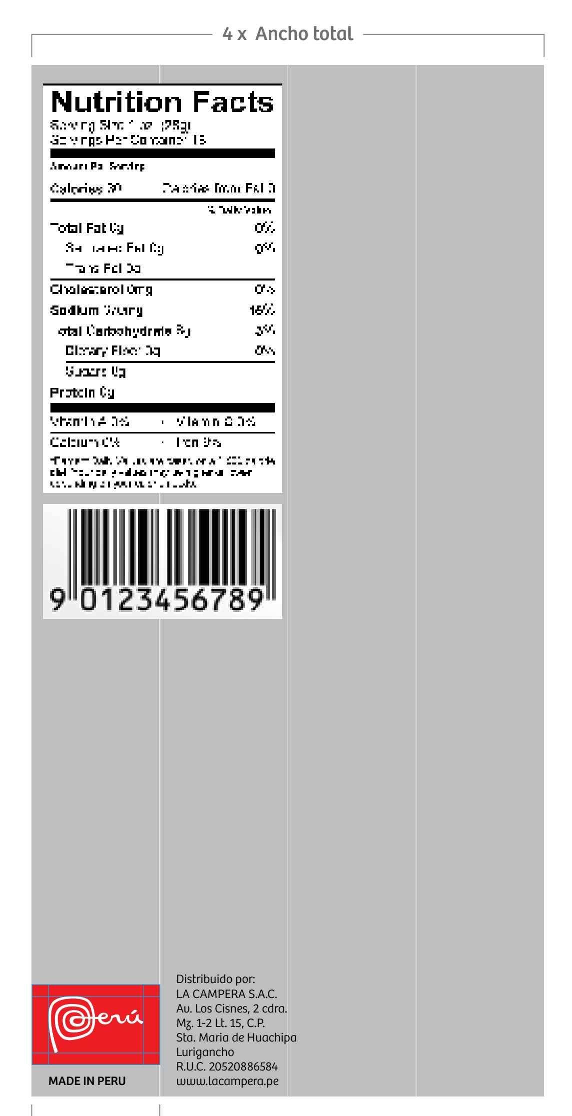
Posicionar el logotipo de la marca Perú en el lado inferior izquierdo del área total del panel. Mantener proporciones del logotipo según cuadrícula múltiple de 2x, 4x ó 8x según tamaño real del panel.

Recomendaciones

. uso de cuadrícula vertical: 4x ancho total.

. texto descriptivo: parte inferior del logo.



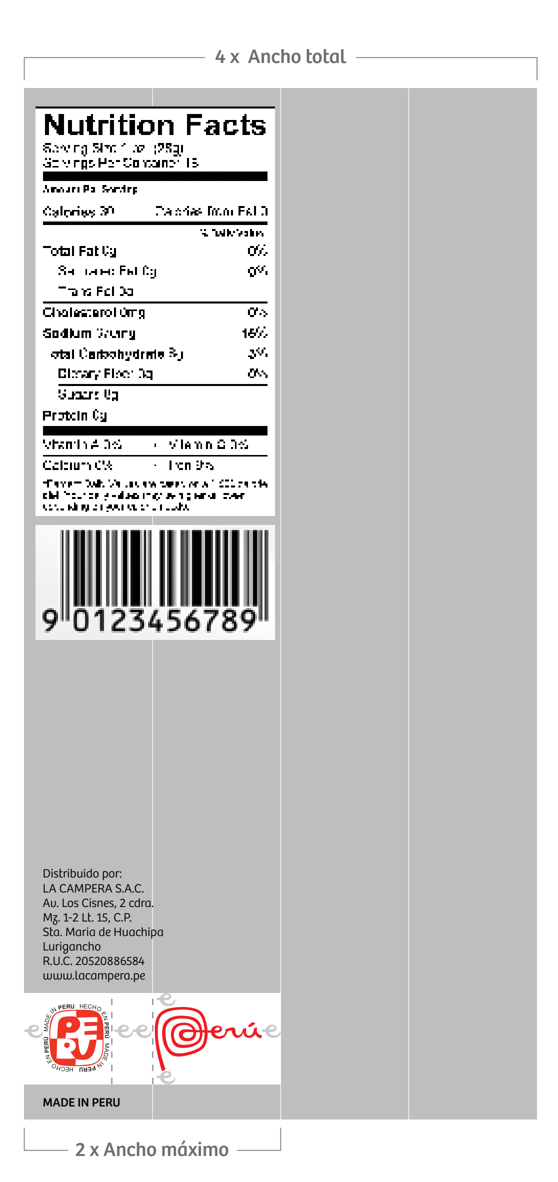


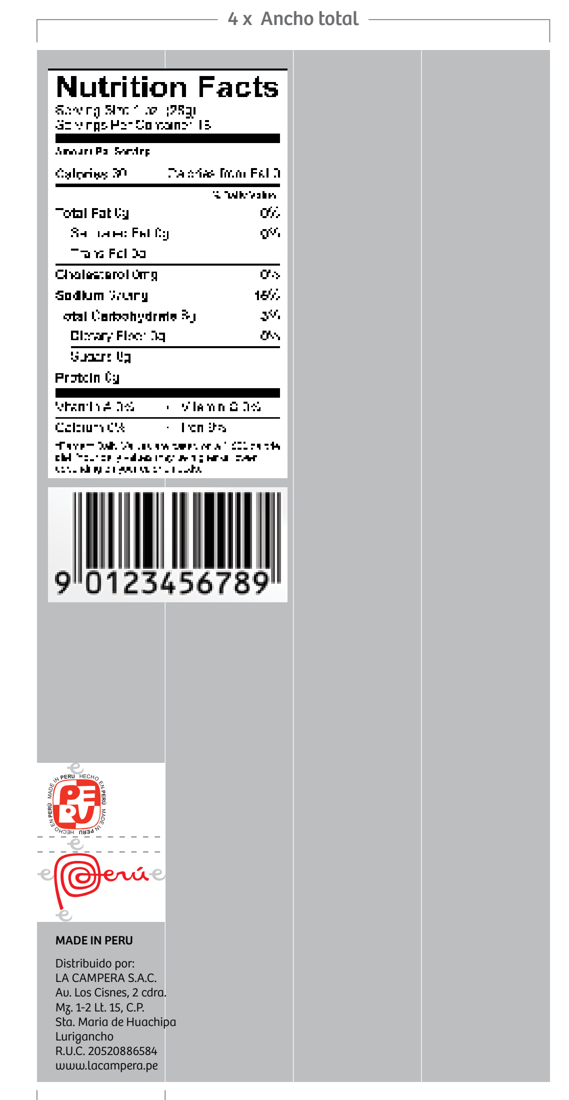
Panel Lateral - formato vertical

Posicionar el logotipo de la marca Perú en el lado inferior izquierdo del área total del panel.

Mantener proporciones del logotipo según cuadrícula múltiple de 2x, 4x ó 8x según tamaño real del panel.

Recomendaciones
. uso de cuadrícula vertical: 4x ancho total.
. texto descriptivo: parte inferior derecha del logo.





1 x Ancho máximo

Panel Lateral - cobranding

Posicionar el cobranding de logotipo de la marca y logotipo Hecho en Perú del mismo tamaño. Mantener proporciones del logotipo según cuadrícula múltiple de 2x, 4x ó 8x según tamaño real del panel.

Recomendaciones

. logotipos en formato horizontal o vertical.

. uso de cuadrícula vertical: 4x ancho total.

. texto descriptivo: parte superior o inferior del cobranding.

. mantener el logotipo en su función de sello.



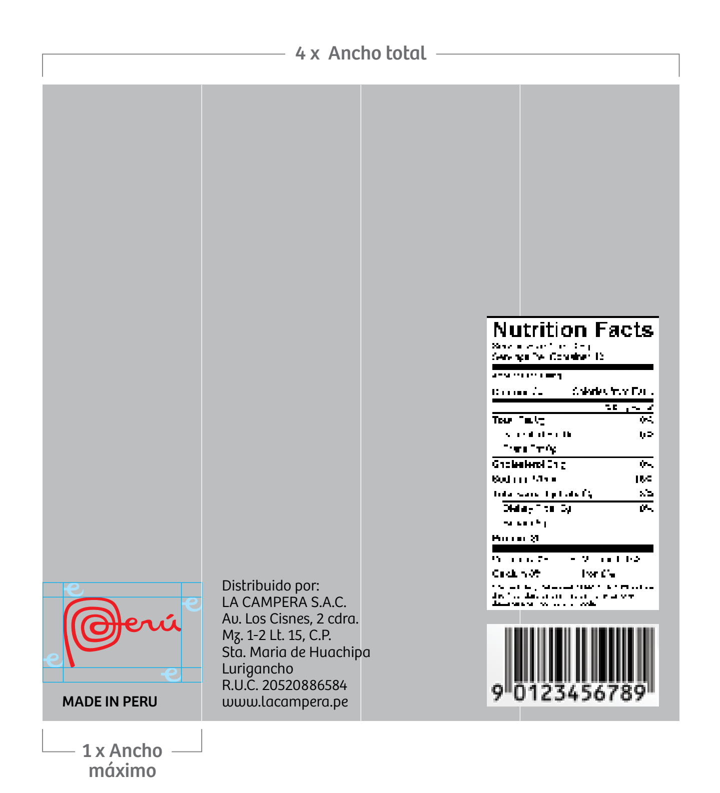


Panel Lateral - formato cuadrado

Posicionar el logotipo de la marca Perú en el lado inferior izquierdo del área total del panel.

Mantener proporciones del logotipo según cuadrícula múltiple de 2x, 4x ó 8x según tamaño real del panel.

Recomendaciones
. uso de cuadrícula vertical: 4x ancho total.
. texto descriptivo: parte inferior derecho.
. mantener el logotipo en su función de sello.





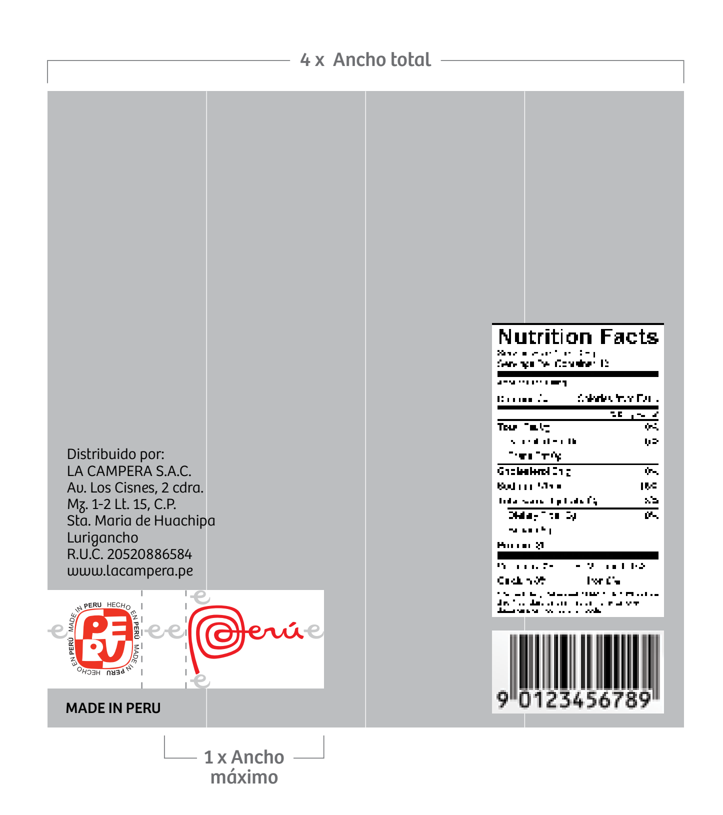
Panel Lateral - formato cuadrado

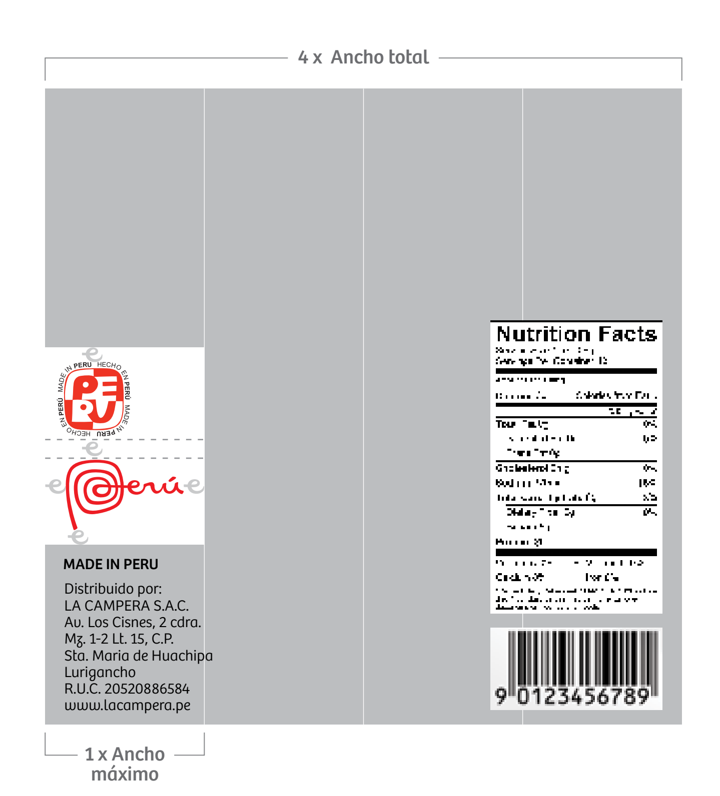
Posicionar el logotipo de la marca Perú en el lado inferior izquierdo del área total del panel.

Mantener proporciones del logotipo según cuadrícula múltiple de 2x, 4x ó 8x según tamaño real del panel.

Recomendaciones
. uso de cuadrícula vertical: 4x ancho total.
. texto descriptivo: parte inferior derecho.
. mantener el logotipo en su función de sello.



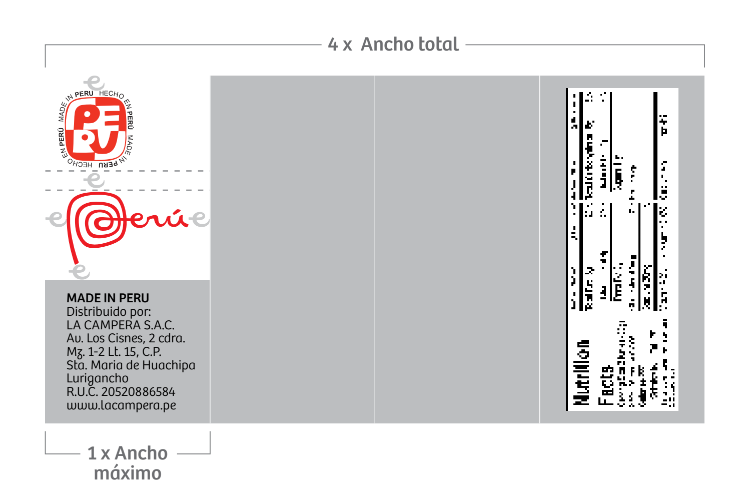


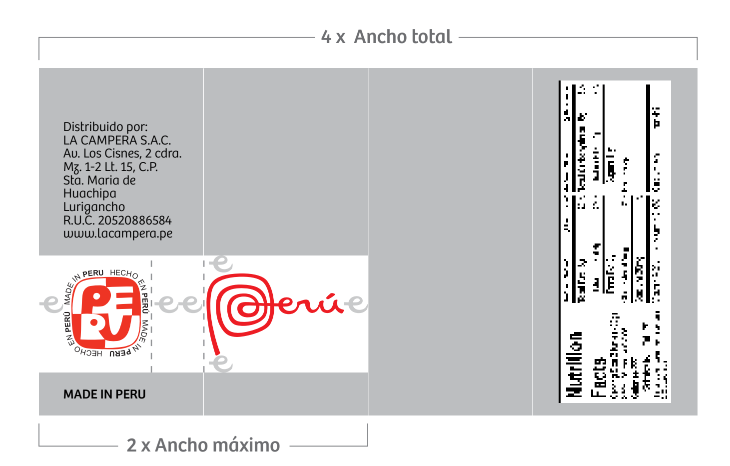


Panel Lateral - cobranding. mismo tamaño

Posicionar el cobranding en el lado inferior izquierdo del área total del panel.
Mantener proporciones del cobranding según cuadrícula múltiple de 2x, 4x ó 8x .

Recomendaciones
. uso de cuadrícula vertical: 4x ancho total.
. texto descriptivo: parte inferior o superior del cobranding.



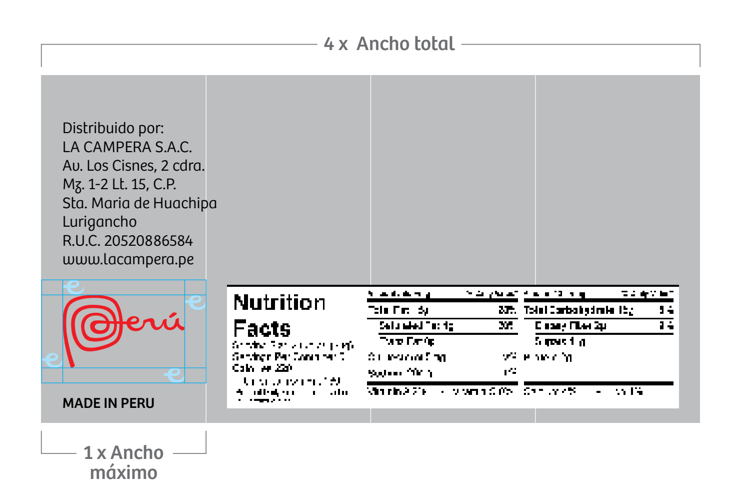


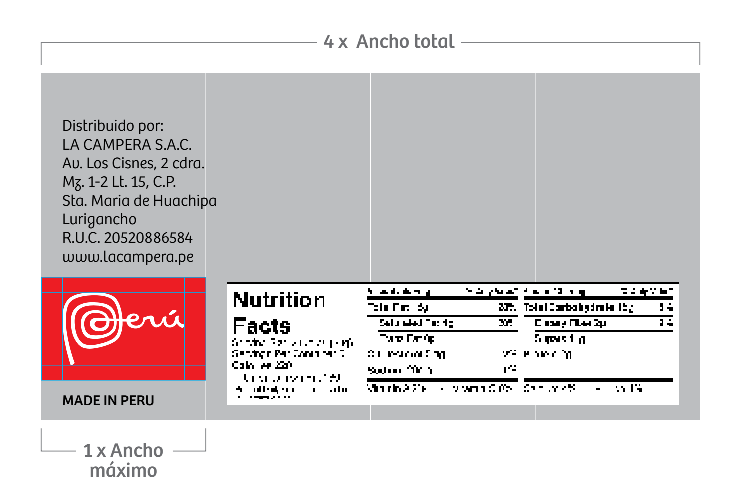
Panel Lateral - cobranding. mismo tamaño

Posicionar el cobranding en el lado inferior izquierdo del área total del panel.
Mantener proporciones del cobranding según cuadrícula múltiple de 2x, 4x ó 8x .

Recomendaciones
. uso de cuadrícula vertical: 4x ancho total
. texto descriptivo: parte inferior o superior del cobranding





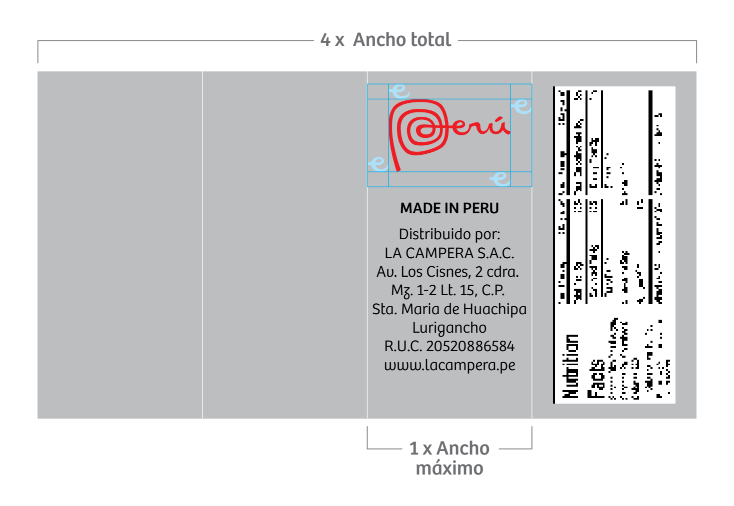


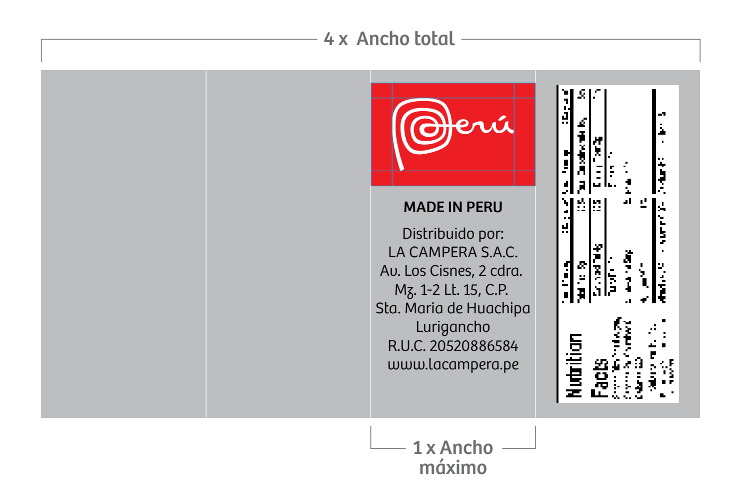
Panel lateral - formato horizontal pequeño

Posicionar el logotipo de la marca Perú en el lado inferior izquierdo del área total del panel.

Mantener proporciones del logotipo según cuadrícula múltiple de 2x, 4x ó 8x según tamaño real del panel.

Recomendaciones
. uso de cuadrícula vertical: 4x ancho total.
. texto descriptivo: parte inferior derecho.
. mantener el logotipo en su función de sello.





Panel lateral - formato horizontal pequeño

Posicionar el logotipo de la marca Perú en el lado central derecho del área total del panel.

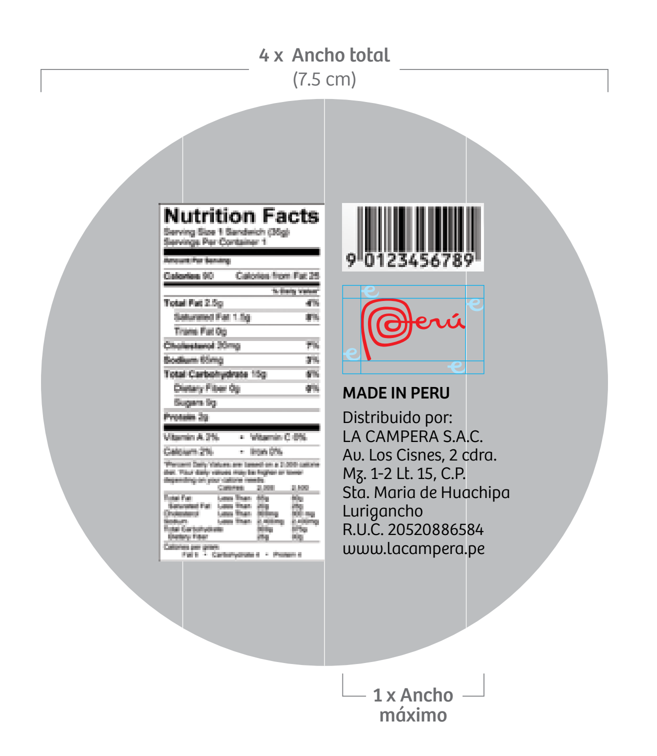
Mantener proporciones del logotipo según cuadrícula múltiple de 2x, 4x ó 8x según tamaño real del panel.

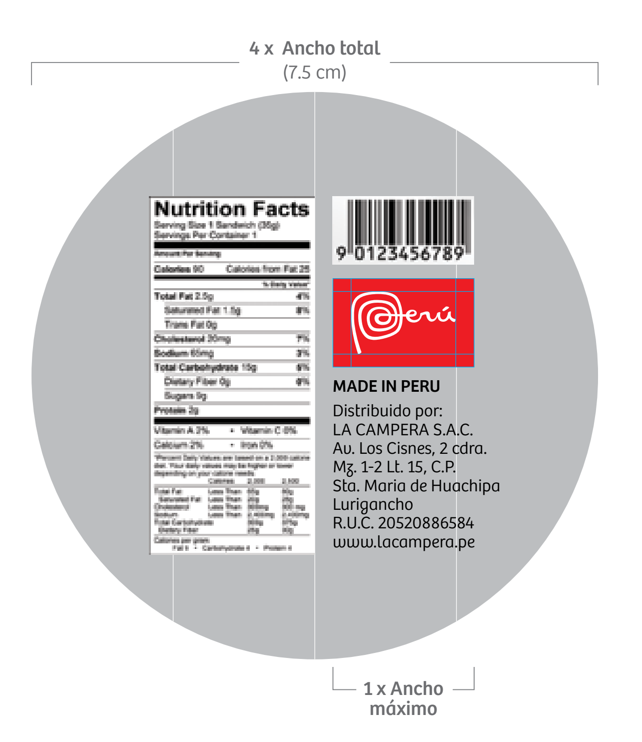
Recomendaciones

. uso de cuadrícula vertical: 4x ancho total.

. texto descriptivo: parte inferior derecho.



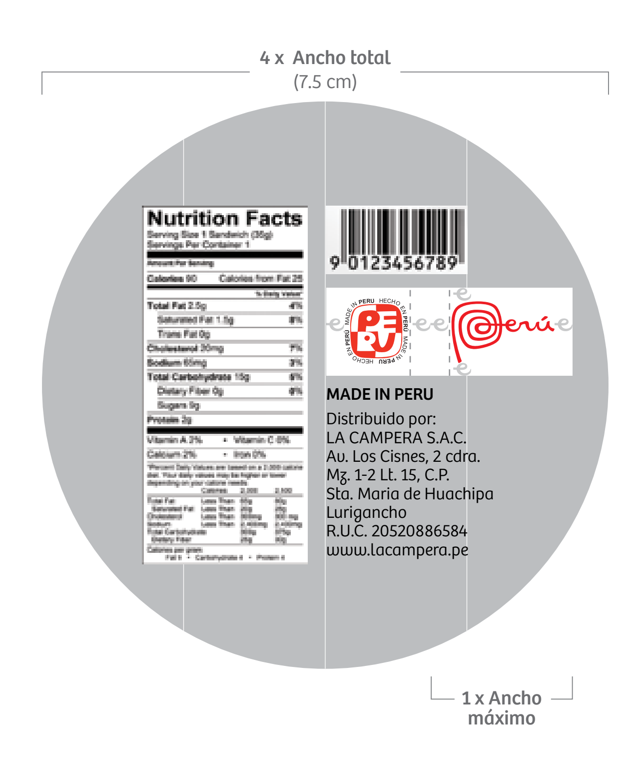


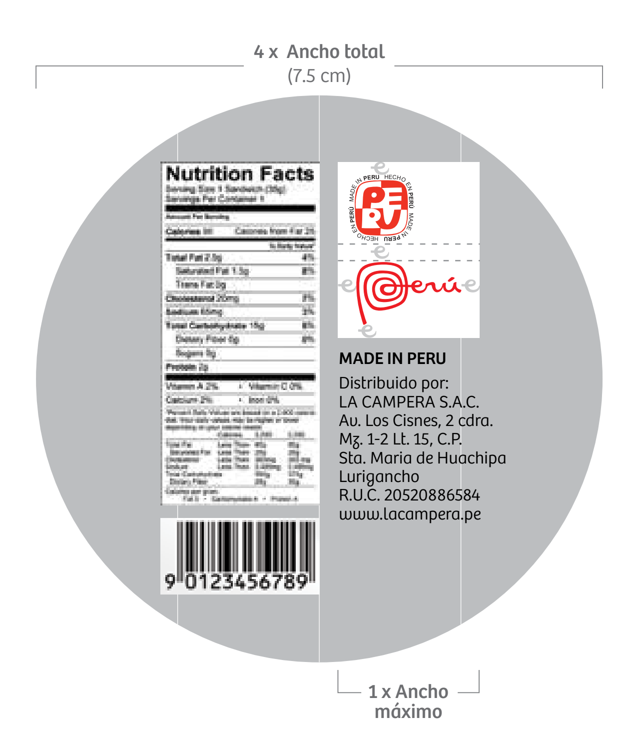


Panel formato circular

Posicionar el logotipo de la marca Perú en el lado central del área total del panel.
Tener en consideración que si el panel circular es de tamaño mayor hay que usar una cuadrícula múltiple de 8x ó 16x según tamaño real del panel para mantener una proporción y estética adecuada.

Recomendaciones
. uso de cuadrícula: 4x ancho total.
. texto descriptivo: parte inferior derecho.





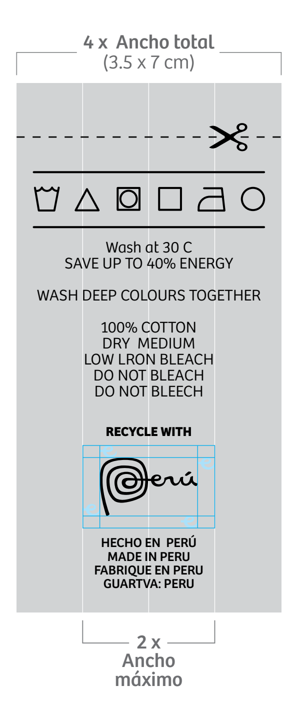
Panel formato circular - cobranding

Posicionar el logotipo del cobranding en el lado central del área total del panel.
Tener en consideración que si el panel circular es de tamaño mayor hay que usar una cuadrícula múltiple de 8x ó 16x según tamaño real del panel para mantener una proporción y estética adecuada.

Recomendaciones
. uso de cuadrícula: 4x ancho total.
. texto descriptivo: parte inferior derecho.
. mantener el logotipo en su función de sello.







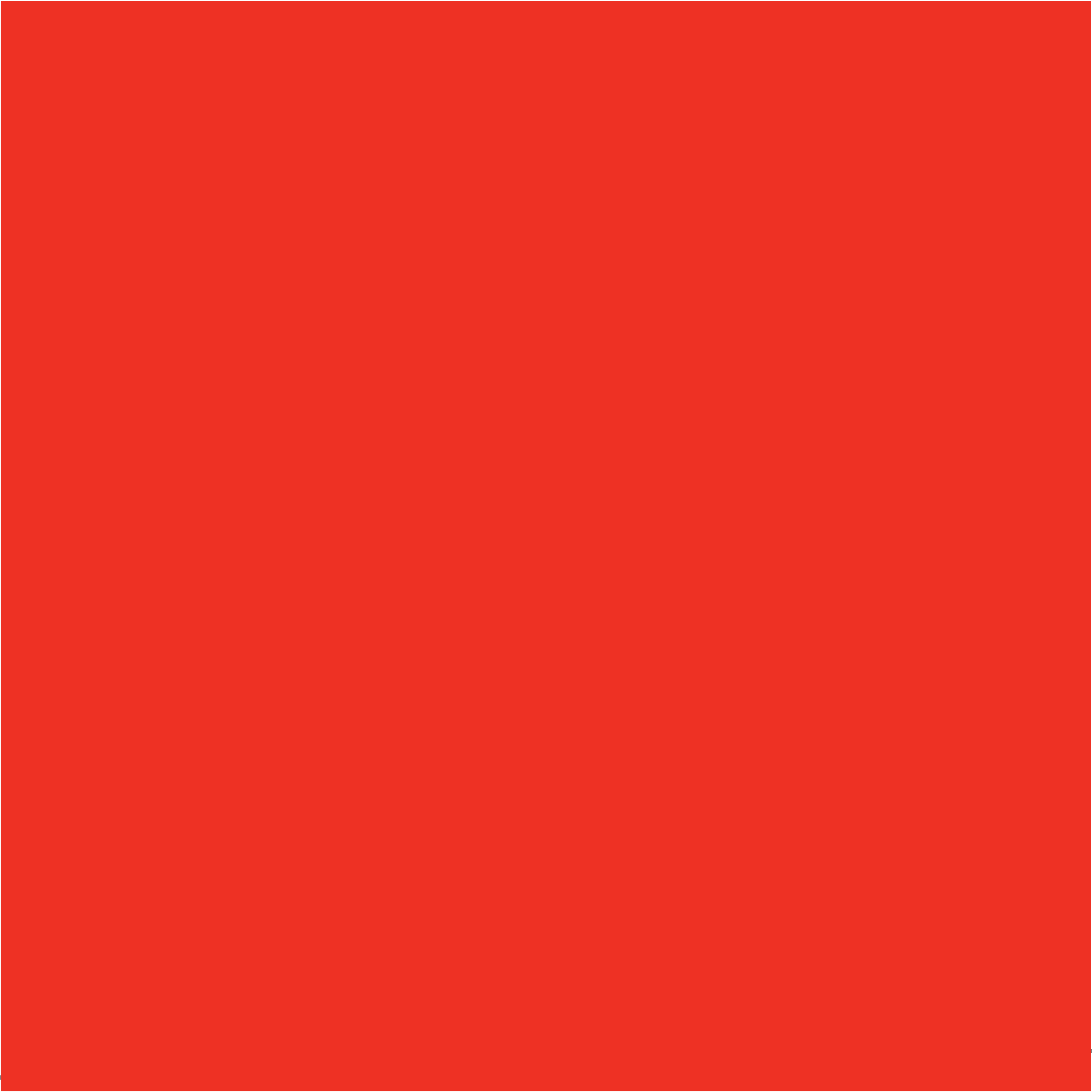


Etiquetas de lavado en textiles

Posicionar el logotipo de la marca Perú en el lado inferior izquierdo del área total como preferencia.

Mantener proporciones del logotipo según cuadrícula múltiple de 2x, 4x ó 8x según tamaño real del panel.

Recomendaciones
. uso de cuadrícula vertical: 2x ancho total.
. mantener el logotipo en su función de sello.



Usos incorrectos



Usos incorrectos de la marca

La identidad visual del Perú no deberá ser modificada en ningún caso, para evitar que se destruya la estructura sobre la cual está basada. Por tanto, la aplicación de las normativas que se establecen en cuanto al uso de la marca deberá ser muy cuidadosa.

A modo de guía, aquí se presentan algunas aplicaciones incorrectas que deberán evitarse a fin de proteger la integridad de la marca.

Especificaciones

1. El logotipo no debe ser reconstruido o reemplazado por tipografía.
2. La proporción entre los elementos no debe variarse.
3. Ningún elemento de la marca podrá ser eliminado.
4. La marca no debe condensarse, estirarse ni deformarse en modo alguno.
5. Deben utilizarse siempre originales de calidad.
6. La marca no admite efectos 3D ni construcciones corpóreas para aplicaciones gráficas.
7. Los colores no deben alterarse.
8. Textos adicionales no deben invadir el área de resguardo del logotipo.
9. Prohibido agregar elementos gráficos en el logotipo.









Usos incorrectos

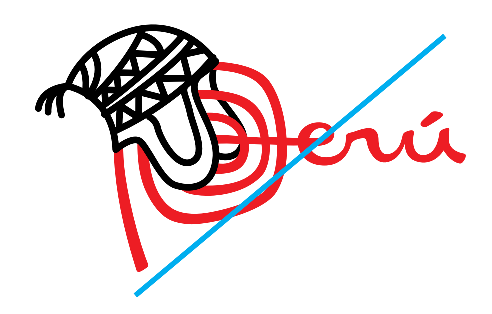
1 Logotipo de la marca Perú no debe ser utilizado como parte de un títular.
2. Mantener su área de resguardo.



Recomendaciones y sugerencias







Aviso de prensa diario Expreso

1. Logotipo de la marca Perú no debe tener ningún texto dentro de su área de resguardo.
2. No debe ser utilizado como parte de un titular o gráfica de la comunicación.
3. Mantener el logo de la marca en su función de sello.





Boletín Piura News

Los elementos básicos que conforman la identidad visual son un conjunto de útiles gráficos que serán utilizados de acuerdo a reglas específicas.

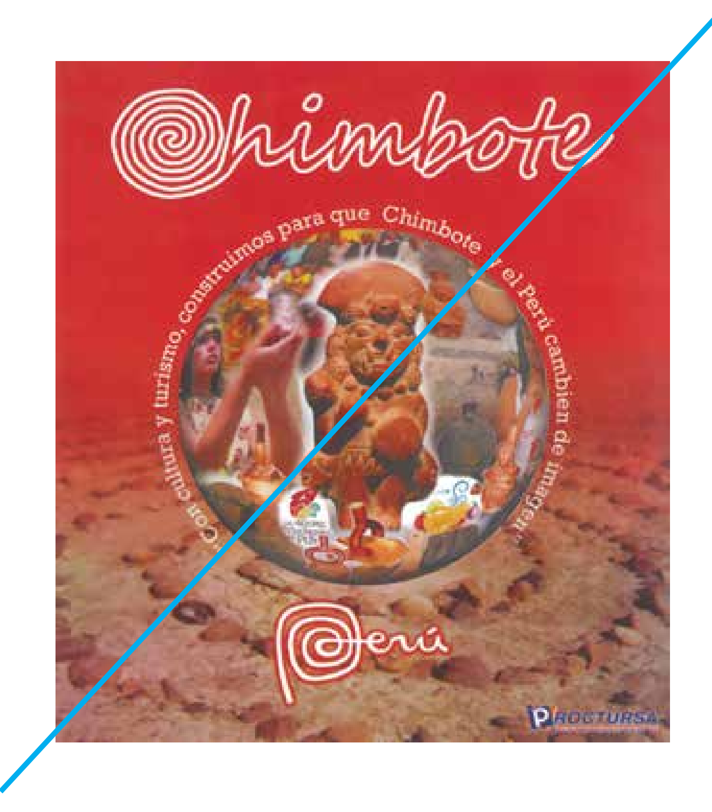
1. El logotipo no debe ser utilizado como texto ni debe crearse una tipografía a partir del mismo.
2. Elementos gráficos del logotipo de la marca Perú no deben descomponerse para usos ajenos al logotipo de la marca Perú.
3. Mantener el logotipo de la marca Perú en su función de sello.



Carátula revista Exportar

Los elementos básicos que conforman la identidad visual son un conjunto de útiles gráficos que serán utilizados de acuerdo a reglas específicas.

1. El logotipo no debe ser utilizado como texto ni debe crearse un gráfico o tipografía a partir del mismo.
2. Elementos gráficos del logotipo de la marca Perú no deben descomponerse , alterarse y/o distorcionarse para fines ajenos de la marca Perú.
3. Mantener el logotipo de la marca en su función de sello.



Folleto Chimbote

Los elementos básicos que conforman la identidad visual son un conjunto de útiles gráficos que serán utilizados de acuerdo a reglas específicas.

1. El logotipo no debe ser utilizado como texto ni debe crearse un gráfico o tipografía a partir del mismo.
2. Elementos gráficos similares a los de la marca Perú deben de evitar ser utilizados para así poder apoyar a mantener la identidad de la marca Perú.



Una publicación de la Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y el Turismo - PROMPERÚ
www.promperu.gob.pe

Lima, noviembre 2013